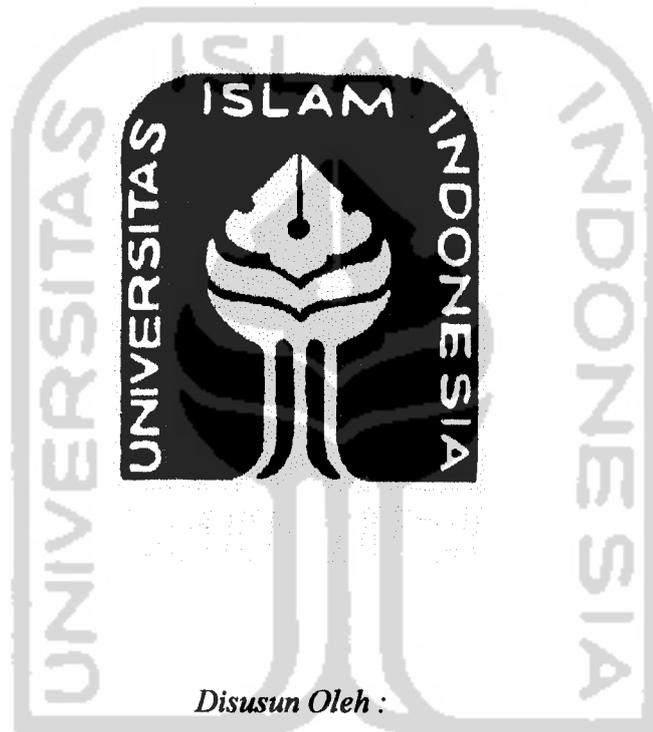


**PENGARUH PERSEPSI DAN MOTIVASI TERHADAP  
KEPUASAN PENUMPANG KERETA API TAKSAKA**

**(Studi Kasus di KA Taksaka, PT KAI DAOP VI Yogyakarta)**

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana**



*Disusun Oleh :*

**Nama : Suryani Rahayu**

**No. Mhs : 98 611 005**

**NIRM : 980051013206120005**

**JURUSAN STATISTIKA  
FAKULTAS MATEMATIKA DAN ILMU PENGETAHUAN ALAM  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
JOGJAKARTA  
2003**

## **HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING**

Tugas akhir dengan judul  
**Pengaruh Persepsi Dan Motivasi Terhadap Kepuasan Penumpang  
Kereta Api Taksaka**

Ini telah disyahkan dan disetujui untuk diuji

Pada tanggal                      Februari 2003



**Dosen Pembimbing I**

**Prof. Drs. Suryo Guritno, M.Stats, Ph.D**

**Dosen Pembimbing II**

**Jaka Nugraha M.Si**

## HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PENGUJI

“PENGARUH PERSEPSI DAN MOTIVASI TERHADAP KEPUASAN  
PENUMPANG KERETA API TAKSAKA”

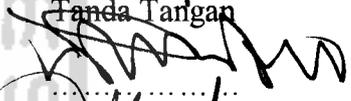
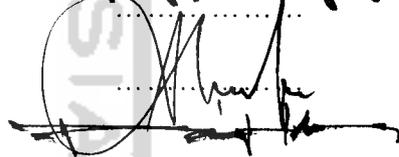
### TUGAS AKHIR

Nama : Suryani Rahayu  
No. Mhs : 98 611 005  
NIRM : 980051013206120005

Telah dipertahankan dihadapan team penguji Tugas Akhir  
Jurusan Statistika Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam  
Universitas Islam Indonesia  
Tanggal : Maret 2003

#### Team Penguji

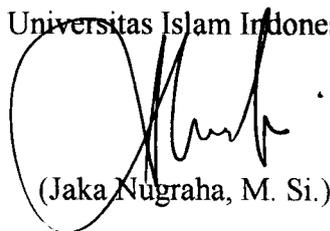
1. Prof. Drs. Suryo Guritno, M. Stats, Ph. D
2. Jaka Nugraha, M. Si.
3. R. B. Fajriya Hakim, M. Si.
4. Kariyam, M. Si.

Tanda Tangan  
  
  


Mengetahui,

Dekan Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam

Universitas Islam Indonesia

  
(Jaka Nugraha, M. Si.)

*Tempat untuk berbahagia itu disini*

*Waktu untuk berbahagia itu kini*

*Cara untuk berbahagia ialah dengan membuat orang lain bahagia .....*

*Dengan daya dan upaya*

*Kupersembahkan karya sederhana ini untuk.....*



*Ibunda Tercinta (Sining)*

*Ayahanda Tersayang (Sukirman, BA)*

*Adikku (Andiyana Dwi P)*

*Teman jiwaku (Hudy Wiarto)*

*Yang selalu mengiringi langkahku dengan do'a dan kasih sayang*

## MOTTO

---

“ ..... Allah meninggikan orang-orang yang beriman diantara kamu dan orang-orang yang berpengetahuan beberapa derajat ..... ” (Q.S Al-Mujadalah:11)

“ Barang siapa yang menginginkan dunia ia harus berilmu, barang siapa yang menginginkan akhirat ia harus berilmu dan barang siapa yang menginginkan keduanya maka ia harus berilmu ”

*(Hadist Riwayat Imam Bukhori)*

Masa depan harus dipikirkan, direncanakan dan dipersiapkan sebaik-baiknya, tetapi jangan sekali-kali khawatir akan hari esok.

Bukanlah suatu musibah bila kita kehilangan cinta dari orang yang kita kasihi, tetapi yang sebenar-benarnya musibah adalah bila kita kehilangan cinta kita kepada Allah SWT dan Rasul-Nya

## KATA PENGANTAR

**Bismillahirrahmaanirrahim**

**Assalamu'alaikum Wr. Wb.**

Alhamdulillahirabbil'alamin, puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, serta salam dan shalawat kepada junjungan Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabatnya dan orang-orang yang telah berjuang demi tegaknya agama Allah di bumi ini. Amien.

Laporan Tugas Akhir ini di susun sebagai salah satu syarat yang wajib dilaksanakan untuk mendapatkan gelar sarjana strata satu (S1) pada jurusan Statistika, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta yang dipresentasikan didepan tim penguji. Pada Laporan Tugas Akhir ini penulis mengambil judul "*Pengaruh Persepsi Dan Motivasi Terhadap Kepuasan Penumpang KA Taksaka*".

Dalam menyelesaikan laporan Tugas Akhir ini penulis telah banyak mendapatkan bantuan yang tulus dan ikhlas dari berbagai pihak. Maka dalam kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak, terutama kepada :

1. Bapak Jaka Nugraha, M.Si, selaku Dekan Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta sekaligus selaku Dosen Pembimbing Kedua.

2. Bapak Prof. Drs. Suryo Guritno, M.Stats, Ph.D, selaku Pembimbing Pertama.
3. Bapak Fajriya Hakim, M.Si, selaku Ketua Jurusan Statistika, FMIPA, UII, Yogyakarta.
4. Bapak Hadi Suseno, selaku Wastek OP 6, Yogyakarta.
5. Bapak Arry, selaku Kepala Stasiun Tugu Yogyakarta
6. Seluruh Staff dan Karyawan PT. Kereta Api Persero, DAOP VI, Yogyakarta.
7. Ibu dan bapakku yang telah memberikan motivasi, nasehat dan do'a.
8. Adikku Andy yang telah mengerti akan kesibukan kakakmu ini.
9. Hudy Wiarto atas kasih sayang yang tulus selama ini.
10. Teman-temanku Ieda Irawan, Puji Sulistiono, Akhmadi, Najihah Rohmah, Sri Damayanti atas kebersamaan dan bantuan kalian.

Semoga amal ibadah dan kebaikan yang diberikan, mendapatkan imbalan yang setimpal dari Allah SWT. Amien

Akhir kata, penulis berharap semoga Laporan Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi para pembaca umumnya dan penulis khususnya.

**Wassalamu'alaikum Wr. Wb.**

Yogyakarta, Februari 2003

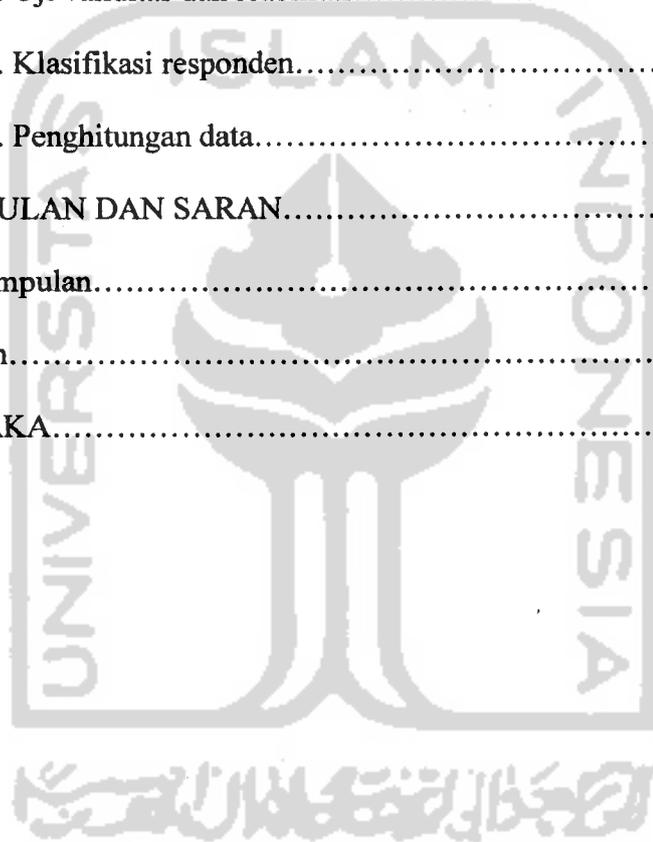
Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PENGUJI.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
ABSTRAKSI.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar belakang.....	1
1.2. Rumusan masalah.....	3
1.3. Batasan masalah.....	4
1.4. Tujuan penelitian.....	4
1.5. Manfaat penelitian.....	5
1.6. Metodologi penelitian.....	5
1.7. Sistematika penulisan.....	7

BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	9
BAB III LANDASAN TEORI.....	11
3.1. Definisi jasa.....	11
3.2. Karakteristik jasa.....	11
3.3. Pengertian kualitas pelayanan.....	12
3.4. Aspek-aspek penentu kualitas jasa.....	14
3.5. Pengertian kepuasan.....	15
3.6. <i>Brain image</i> atau persepsi.....	17
3.7. Pengertian motivasi.....	19
3.8. Jenis data dan analisis.....	21
3.8.1. Uji validitas.....	26
3.8.2. Uji reliabilitas.....	29
3.9. Uji chi kuadrat.....	31
3.10. Tabel kontingensi.....	33
3.11. Koefisien kontingensi (C).....	35
3.12. Uji log linier untuk tiga dimensi.....	36
3.13. Hipotesa.....	39
BAB IV METODOLOGI PENELITIAN.....	40
4.1. Tempat dan waktu penelitian.....	40
4.2. Metode penelitian.....	40
4.3. Variabel penelitian dan definisi operasional.....	41
4.4. Populasi dan sampel penelitian.....	42
4.5. Teknik pengumpulan data dan instrumen.....	43

4.5.1. Teknik pengumpulan data.....	43
4.5.2. Instruman penelitian.....	43
<b>BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>46</b>
5.1. Analisis data.....	46
5.2. Pembahasan.....	46
5.2.1. Uji validitas dan reabilitas.....	48
5.2.2. Klasifikasi responden.....	53
5.2.3. Penghitungan data.....	55
<b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>69</b>
6.1. Kesimpulan.....	69
6.2. Saran.....	70
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>72</b>



## DAFTAR LAMPIRAN

---

Lampiran 1 : Kuisisioner

Lampiran 2 : Data hasil kuisisioner pada aspek kepuasan

Lampiran 3 : Data hasil kuisisioner pada aspek persepsi (brain image)

Lampiran 4 : Data hasil kuisisioner pada aspek motivasi

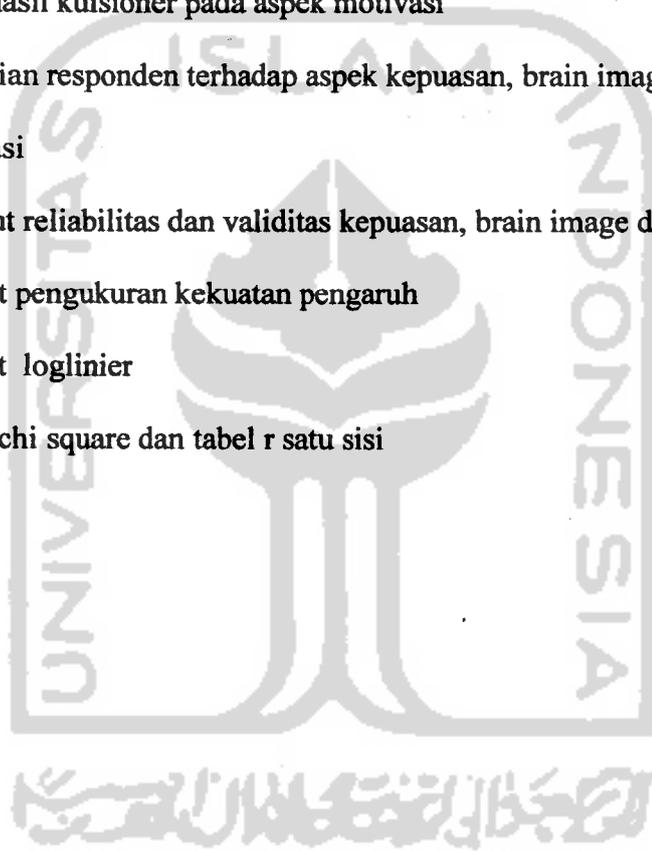
Lampiran 5 : Penilaian responden terhadap aspek kepuasan, brain image dan motivasi

Lampiran 6 : Output reliabilitas dan validitas kepuasan, brain image dan motivasi

Lampiran 7 : Output pengukuran kekuatan pengaruh

Lampiran 8 : Output loglinier

Lampiran 9 : Tabel chi square dan tabel r satu sisi



## DAFTAR TABEL

Tabel no	Teks	halaman
3.1	Tabel kontingensi b x k.....	33
4.1.	Kisi-kisi indikator dari kepuasan customer KA Taksaka.....	44
4.2.	Kisi-kisi indikator persepsi atau brain image KA Taksaka.....	45
4.3.	Kisi-kisi indikator dari motivasi menggunakan KA Taksaka...	45
5.1.	Hasil analisis kevalidan faktor kepuasan, persepsi,motivasi.....	46
5.2.	Klasifikasi responden menurut jenis kelamin.....	53
5.3.	Klasifikasi responden menurut umur.....	53
5.4.	Klasifikasi responden menurut jenis pekerjaan.....	54
5.5.	Klasifikasi responden menurut tingkat pendapatan.....	54
5.6.	Klasifikasi responden menurut tingkat pendidikan.....	55
5.7.	Kontingensi kepuasan dan brain image.....	56
5.8.	Kontingensi kepuasan dan brain image.....	56
5.9.	Harga harapan untuk kepuasan dan brain image.....	57
5.10.	Kontingensi kepuasan dan motivasi.....	58
5.11.	Kontingensi kepuasan dan motivasi.....	58
5.12.	Harga harapan untuk kepuasan dan motivasi.....	59
5.13.	Kontingensi brain image dan motivasi.....	60
5.14.	Kontingensi brain image dan motivasi.....	60
4.15.	Harga harapan untuk brain image dan motivasi.....	61

## ABSTRAKS

Keberhasilan suatu produk dipasaran sangat ditentukan sejauh mana produk tersebut mampu memenuhi harapan pelanggan. Begitupula dengan PT. KAI sebagai sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang transportasi darat harus mampu memberikan kepuasan kepada *customer* atau penumpangnya, misalnya denan memberikan produk yang mutu dan pelayanannya lebih baik dari pesaingnya. Persepsi konsumen terbentuk oleh karakteristik fisik dan psikologis yang dimiliki suatu produk. Tetapi pada kenyataannya kereta api sering datang terlambat, fasilitas toilet atau WC kotor sehingga pelayanan yang diberikan tidak sesuai. Dari sinilah berasal banyaknya *complain* (pengaduan) sehingga persepsi tentang PT. KAI yang terbentuk adalah negatif.

Pada dasarnya permasalahan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh persepsi dan motivasi terhadap penumpang KA Taksaka. Peneliiian ini dilakukan dengan mengambil responden 100 penumpang KA Taksaka jurusan Jogja-Jakarta di stasiun Tugu Yogyakarta. Untuk pengambilan sample dilakukan dengan cara *proportional random sampling*. Alat pengumpul data yang digunakan adalah dengan menggunakan kuisioner atau angket. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis data kualitatif dengan chi kuadrat dan analisis log linier untuk tiga dimensi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa untuk variable kepuasan dengan persepsi tidak saling mempengaruhi (*independen*) sedangkan untuk variable kepuasan dengan motivasi dan variable persepsi dengan motivasi ada pengaruh sehingga dapat dikatakan ada hubungan (*dependen*).



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

---

#### **1.1 LATAR BELAKANG**

Dalam era globalisasi ini persaingan bisnis menjadi sangat tajam, baik di pasar domestik (nasional) maupun di pasar internasional/global. Untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada para pelanggannya, misalnya dengan memberikan produk yang mutunya lebih baik, harganya lebih murah dan pelayanan yang lebih baik daripada para pesaingnya.

Perkembangan dan peningkatan jasa pelayanan sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang transportasi darat khususnya PT. Kereta Api dari tahun ketahun mengalami peningkatan. Ini ditunjukkan dengan adanya peningkatan jumlah penumpang dan juga ketatnya persaingan kualitas pelayanan, harga, promosi di antara sekian banyaknya jasa transportasi yang tersedia.

PT Kereta Api Indonesia (PT KAI) yang bergerak di bidang jasa transportasi merupakan salah satu komponen yang harus dapat berperan aktif dalam era persaingan dewasa ini. Visi PT. KAI yaitu pandangan, wawasan dan impian yang jauh ke depan. Visi tersebut adalah:

- ❖ Seluruh lapisan masyarakat adalah pelanggan
- ❖ Berkembang terdepan dalam keselamatan dan keandalan
- ❖ Pelopor dalam membangun yang berwawasan lingkungan
- ❖ Memiliki karyawan yang bangga dan sejahtera.

Visi PT KAI tersebut selanjutnya dikenal dengan TOP 21 yang merupakan petunjuk arah, pembentukan koordinasi dan komitmen yang solit dan pendorong motivasi untuk mengambil langkah kreatif, inovatif yang membentuk keadaan masa depan yang gemilang. TOP 21 merupakan penjabaran dari: T Teknologi (*Technology*); O : Operasi (*Operation*); P : Pelayanan Prima (*Prime service*). Komitmen besar pada kepuasan pelanggan sebagai dasar utama promosi dan kenaikan kompensasi.

Dalam kondisi persaingan yang ketat tersebut, hal utama yang harus diprioritaskan oleh perusahaan transportasi khususnya PT. Kereta Api adalah kepuasan pelanggan/penumpang agar dapat bertahan, bersaing dan menguasai pangsa pasar. Pimpinan harus tahu hal-hal apa saja yang dianggap penting oleh para penumpang dan pimpinan berusaha untuk menghasilkan kinerja (*performance*) sebaik mungkin sehingga dapat memuaskan pelanggan.

Pada dasarnya pengertian kepuasan/ketidakpuasan pelanggan merupakan perbedaan antara *harapan dan kinerja yang dirasakan*. Jadi, pengertian kepuasan pelanggan berarti bahwa kinerja suatu barang sekurang-kurang sama dengan apa yang diharapkan. Seperti seorang penumpang mengharapkan kereta api berangkat tepat waktu, akan tetapi kenyataannya sering terlambat, sehingga mengecewakan/ menimbulkan rasa tidak puas.

Di Indonesia sekarang ini hampir seluruh jasa transportasi darat dikelola oleh swasta. Sebagian besar para penumpang (*customer*) tidak mengetahui secara pasti tentang jasa transportasi yang mereka gunakan tanpa mempertimbangkan fasilitas dan keamanannya. Pada kenyataannya kedatangan kereta api sering

terlambat dan fasilitas toilet (WC) kotor, sehingga pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan ongkos/tarif yang mereka bayar.

Dari sinilah berasal banyaknya *complain* atau pengaduan penumpang (*customer*). Sehingga persepsi atau *brain image* tentang PT. Kereta Api Indonesia terbentuk dan persepsi yang terbentuk adalah negatif.

Berdasarkan uraian tersebut di atas, maka menarik untuk dianalisis/diteliti apakah benar-benar telah terbentuk persepsi itu dan sejauh mana sebenarnya kualitas pelayanan PT Kereta Api Indonesia. Hasil penelitian ini sendiri akan bermanfaat bagi industri jasa transportasi di Indonesia.

## **1.2 Rumusan Masalah.**

Dengan semakin pesatnya bisnis internasional, transportasi menjadi suatu sektor yang sangat penting. Dengan kondisi ini dan berdasarkan latar belakang permasalahan tersebut, maka timbul permasalahan :

1. Bagaimana hubungan antara persepsi (*brain image*) dengan kepuasan masyarakat menggunakan Kereta Api Taksaka.
2. Bagaimana hubungan antara motivasi (dorongan) masyarakat dan kepuasan menggunakan Kereta Api Taksaka.
3. Bagaimana hubungan persepsi (*brain image*) dengan motivasi masyarakat menggunakan Kereta Api Taksaka sebagai jasa transportasi.

### 1.3 Batasan Masalah.

Agar pembahasan masalah ini lebih terarah dan terfokus serta tidak menyimpang dari tahapan-tahapan analisis data nantinya, maka perlu dilakukan batasan-batasan permasalahan. Adapun batasannya adalah:

1. Penelitian dilakukan pada PT. Kereta Api Indonesia DAOP VI di jalan Lempuyangan No.1.
2. Kondisi yang berlaku adalah kondisi yang ada pada penumpang (*customer*) dan perusahaan pada saat penelitian.
3. Untuk penelitian pada *customer* dibatasi hanya untuk penumpang yang pernah naik/merasakan minimal sekali KA Taksaka jurusan Yogya-Jakarta di Stasiun Tugu Yogyakarta.
4. Sampel yang diambil dibatasi sampai tercapai 100 kuesioner dengan alasan keterbatasan dan kemampuan peneliti dari segi waktu, tenaga dan biaya.

### 1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimanakah hubungan persepsi (*brain image*) masyarakat terhadap KA Taksaka dengan kepuasan.
2. Untuk mengetahui bagaimanakah hubungan motivasi masyarakat untuk menggunakan KA Taksaka sebagai jasa transportasi dengan kepuasan.
3. Untuk mengetahui bagaimanakah hubungan persepsi dengan motivasi menggunakan KA Taksaka.

### 1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian yang dilakukan pada Kereta Api Taksaka adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui hubungan persepsi (*brain image*) masyarakat tentang Kereta Api Taksaka dengan kepuasan sehingga dapat dijadikan acuan dalam pola pemasaran (*marketing management*).
2. Mengetahui hubungan motivasi dengan kepuasan penumpang (*customer*) sehingga dapat dijadikan bahan pemikiran untuk lebih meningkatkan lagi pelayanan-pelayanan perusahaan dan memperbaiki kesalahan-kesalahan yang ada.
3. Memberikan informasi yang diharapkan sebagai sumbangan pemikiran dan bahan pertimbangan untuk mengatasi masalah yang dihadapi PT. Kereta Api Indonesia khususnya KA Taksaka.

### 1.6 Metodologi Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini melalui tahap-tahap sebagai berikut :

1. *Menghimpun Sumber Pustaka yang Relevan*

Bahan kajian yang berupa buku-buku yang relevan dihimpun berdasarkan prioritas sebagai landasan dalam penulisan tugas akhir ini. Sumber pustaka yang relevan dalam tugas akhir ini terangkum dalam daftar pustaka.

## 2. *Pra Penyebaran Kuesioner*

Sebelum peneliti melakukan penyebaran kuesioner, maka peneliti melakukan wawancara terhadap penumpang tentang ketidakpuasan yang dialami. Setelah dilakukan wawancara tersebut lahirlah butir-butir kuesioner sebanyak 30 butir. Yang akhirnya ketiga puluh butir tersebut disebarkan ke 30 penumpang untuk diuji validitas dan reliabilitasnya.

## 3. *Mengolah dan Menganalisis Sumber Pustaka*

Sumber pustaka diolah dan dianalisis untuk kemudian dijadikan sebagai landasan teori dan kerangka berfikir yang dituangkan dalam tugas akhir ini.

## 4. *Penentuan Pemecahan Masalah*

Pemecahan masalah yang disampaikan dalam penulisan ini mengacu pada studi kepustakaan yang dilakukan oleh penulis.

## 5. *Penyusunan Laporan*

Setelah dilakukan pemecahan masalah berdasarkan teori-teori yang mendukung serta diperolehnya informasi terbaru yang ada, akhirnya dapat dilakukan penulisan secara lengkap.

## 6. *Metode Pengumpulan Data*

Penulisan laporan ini disusun berdasarkan data primer dengan melalui kuesioner dilingkungan pelanggan/penumpang pengguna jasa transportasi darat khususnya KA Taksaka jurusan Yogya-Jakarta pada bulan Agustus 2002. Data yang diambil dalam bentuk data kualitatif.

Responden hanya mengisi penilaian terhadap penampilan/kinerja  
dan memilih dari 5 jawaban yang tersedia, yaitu :

1. Sangat Setuju
2. Setuju
3. Kurang Setuju
4. Tidak Setuju
5. Sangat Tidak Setuju

### **1.7 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan yang dipergunakan dalam penulisan tugas akhir ini dapat diuraikan sebagai berikut :

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini menjelaskan secara ringkas isi dari laporan penelitian yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan.

#### **BAB II KAJIAN PUSTAKA**

Bab ini mengemukakan beberapa penelitian tentang kepuasan konsumen yang relevan dengan penelitian yang sedang dilakukan oleh peneliti

### BAB III LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan sedikit tentang definisi, karakteristik jasa dan kualitas pelayanan secara umum, aspek-aspek penentu kualitas pelayanan serta pengertian kepuasan, persepsi atau brain image dan motivasi. Serta gambaran sedikit tentang teori-teori statistika dalam teknik analisis datanya.

### BAB IV METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi tentang tempat dan waktu penelitian, variabel dan sampel penelitian, teknik pengumpulan data dan instrumen, metode analisis.

### BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang hasil dari kuesioner dan membahas hubungan kepuasan pelanggan terhadap persepsi (*brain image*) dan motivasi menggunakan jasa transportasi KA Taksaka jurusan Yogya-Jakarta.

### BAB VI PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran bagi pengembangan pelayanan jasa transportasi darat khususnya KA Taksaka jurusan Yogya-Jakarta

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

---

Berikut ini akan dikemukakan beberapa penelitian tentang kepuasan konsumen yang relevan dengan penelitian yang sedang dilakukan oleh penyusun. Penelitian pertama oleh Puji Sulistiono (2001). Penelitian tersebut melihat tentang:

1. Sejauh mana tingkat kepuasan pelanggan / mahasiswa terhadap kinerja Fakultas Matematika dan ilmu Pengetahuan Alam (FMIPA) dengan Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan (FTSP) Universitas Islam Indonesia ditinjau dari kesenjangan antara jasa yang dialami dengan jasa yang diharapkan.
2. Manakah yang menjadi prioritas utama agar dilakukan peningkatan secara terus menerus (*Continual Improvement*).

Penelitian kedua dilakukan oleh Bahtiar Rifai (2001). Penelitian ini melihat tentang :

1. Bagaimana hubungan antara persepsi (*brain image*) masyarakat terhadap motor Jincheng dengan kepuasan memiliki motor Jincheng.
2. Bagaimana hubungan antara motivasi (dorongan) masyarakat untuk memiliki motor Jincheng dengan kepuasan memiliki motor Jincheng.
3. Bagaimana hubungan brain image dengan motivasi tentang produk Jincheng.

Penelitian ketiga dilakukan oleh Rijal (2001). Penelitian ini melihat tentang :

1. Bagaimana kecenderungan kepuasan customer terhadap pelayanan administrasi, kecepatan penanganan pelayanan dan pembayaran tagihan rekening atau pulsa.
2. Bagaimana kecenderungan kepuasan customer terhadap pelayanan administrasi, kecepatan penanganan pelayanan dan pembayaran tagihan rekening atau pulsa dilihat dari segi segmentsi prlanggan telepon ( bisnis, Perumahan dan Sosial )

Penelitian keempat dilakukan oleh Muthia Roza Linda (2002). Penelitian ini melihat tentang :

1. Persyaratan kualitas jasa apa saja yang diinginkan konsumen.
2. Sejauh mana stasiun kereta api mengantisipasi tuntutan selera konsumen yang semakin tinggi.
3. Strategi operasional apa yang dapat dilakukan untuk mengantisipasi tuntutan konsumen.

Berdasarkan dari penelitian-penelitian yang dilakukan tersebut terdapat kesamaan-kesamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis yakni sama-sama meneliti tentang kepuasan konsumen, sedangkan letak perbedaannya adalah lokasi, tempat penelitian dan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Sehingga dengan melihat uraian diatas dan beberapa masukan dari pihak PT. KAI, yang menginginkan penulis untuk melakukan penelitian tentang kepuasan Penumpang KA Taksaka di Stasiun Tugu Yogyakarta.



## BAB III

### LANDASAN TEORI

---

#### 3.1 Definisi Jasa

Perkembangan pemasaran berawal dari tukar-menukar barang secara sederhana tanpa menggunakan alat tukar berupa uang ataupun logam mulia. Dengan berkembangnya ilmu pengetahuan, maka semakin dibutuhkan suatu alat tukar yang berlaku umum dan untuk itulah diciptakan uang. Di samping itu, manusia memerlukan jasa yang mengurus hal-hal tertentu, sehingga jasa menjadi bagian utama dalam pemasaran.

Jasa/pelayanan merupakan suatu kinerja penampilan, tidak berwujud dan cepat hilang, lebih dapat dirasakan daripada dimiliki, serta pelanggan lebih dapat berpartisipasi aktif dalam proses mengkonsumsi jasa tersebut (Supranto, 2001). Dalam strategi pemasaran, definisi jasa harus diamati dengan baik, karena pengertiannya sangat berbeda dengan produk berupa barang. Kondisi dan cepat lambatnya pertumbuhan jasa akan sangat tergantung pada penilaian pelanggan terhadap kinerja (penampilan) yang di tawarkan oleh pihak produsen.

#### 3.2 Karakteristik Jasa

Menurut Philip Kotler (1994) karakteristik jasa diuraikan sebagai berikut :

1. *Intangible* (tidak berwujud)

Suatu jasa mempunyai sifat tidak berwujud, tidak dapat dirasakan dan dinikmati sebelum dibeli oleh konsumen.

2. *Inseparability* (tidak dapat dipisahkan)

Pada umumnya jasa yang diproduksi (dihasilkan) dan dirasakan pada waktu bersamaan dan apabila dikehendaki oleh seorang untuk diserahkan kepada pihak lainnya, maka dia akan tetap merupakan bagian dari jasa tersebut.

3. *Variability* (bervariasi)

Jasa senantiasa mengalami perubahan, tergantung dari siapa penyedia jasa, penerima jasa dan kondisi di mana jasa tersebut diberikan.

4. *Perishability* (tidak tahan lama)

Daya tahan suatu jasa tergantung suatu situasi yang diciptakan oleh berbagai faktor.

### 3.3 Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang dikerjakan dengan baik (Supranto, 1997). Aplikasi kualitas sebagai sirat dari penampilan produk atau kinerja merupakan bagian dari penampilan dalam rangka meraih keunggulan yang berkesinambungan, baik sebagai pemimpin pasar ataupun sebagai strategi untuk terus tumbuh.

Keunggulan suatu produk jasa adalah tergantung dari keunikan serta kualitas yang diperhatikan oleh jasa tersebut, apakah sudah sesuai dengan harapan dan keinginan pelanggan/penumpang.

Phillip Kotler (1994) membagi macam-macam jasa sebagai berikut:

1. *Barang berwujud murni*

Disini hanya terdiri dari barang berwujud seperti sabun, pasta gigi. Tidak ada jasa yang menyertai produk itu.

2. *Barang yang berwujud yang disertai jasa*

Disini terdiri dari barang berwujud yang disertai dengan satu atau lebih jasa untuk mempertinggi daya tarik pelanggan. *Contohnya:* produsen mobil tidak hanya menjual mobil saja melainkan juga kualitas dan pelayanan kepada pelanggannya (reparasi, pelayanan pasca jual).

3. *Campuran*

Disini terdiri dari barang dan jasa dengan proporsi yang sama. *Contohnya:* restoran yang harus didukung oleh makanan dan pelayanan.

4. *Jasa utama yang disertai barang dan jasa tambahan*

Disini terdiri dari jasa utama dengan jasa tambahan dan/atau barang pelengkap. *Contoh:* penumpang Kereta Api untuk *class executive* membeli jasa transportasi. Mereka sampai ditempat tujuan tanpa sesuatu hal berwujud yang memperhatikan pengeluaran mereka. Namun, perjalanan tersebut meliputi barang-barang berwujud, seperti: makanan dan minuman, potongan karcis dan lain-lain. Barang tersebut membutuhkan barang padat modal agar terealisasi, tapi komponen utamanya adalah jasa.

### 3.4 Aspek – Aspek Penentu Kualitas Jasa

Bagian dari kebijakan layanan adalah kualitas pelayanan. Suatu cara perusahaan untuk tetap dapat unggul bersaing adalah memberikan jasa dengan kualitas yang lebih tinggi dari pesaingnya secara konsisten. Harapan pelanggan dibentuk oleh pengalaman masa lalunya, pembicaraan dari mulut ke mulut serta promosi yang dilakukan oleh perusahaan jasa, kemudian dibandingkan.

Sementara itu beberapa pakar seperti Parasuraman, Zeithaml dan Berry (dalam Tjiptono, 1999) melakukan penelitian khusus terhadap beberapa jenis jasa dan berhasil mengidentifikasi sepuluh faktor utama yang menentukan kualitas pelayanan, Kesepuluh faktor tersebut adalah sebagai berikut (Parasuraman dkk, 1985)

1. *Reliability*, mencakup dua hal pokok, yaitu konsistensikerja dan kemampuan untuk dipercaya. Hal ini berarti perusahaan memberikan pelayanannya secara tepat semenjak saat pertama hingga akhir perjalanan. Selain itu juga berarti bahwa perusahaan yang bersangkutan berhasil memenuhi janjinya, misalnya memberikan pelayanan yang sesuai dengan jadwal yang sudah ditentukan.
2. *Responsiveness*, yaitu kemampuan dan kesiapan para karyawan untuk memberikan pelayanan yang dibutuhkan oleh konsumen.
3. *Competence*, artinya setiap orang dalam suatu perusahaan memiliki keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan agar dapat memberikan pelayanannya.

4. *Access*, meliputi kemudahan untuk menghubungi dan ditemui. Hal ini berarti lokasi fasilitas pelayanannya mudah terjangkau, waktu untuk menunggunya tidak terlalu lama, saluran komunikasi perusahaan mudah untuk dihubungi, dan lain-lain.
5. *Courtesy*, meliputi sikap sopan santun, respek, perhatian dan keramahan yang dimiliki oleh para pegawainya.
6. *Communication*, artinya memberikan informasi kepada konsumen dalam bahasa yang dapat mereka pahami, serta selalu mendengarkan saran dan keluhan dari konsumen.
7. *Credibility*, yaitu sifat jujur dan dapat dipercaya. Kredibilitasnya mencakup nama perusahaan, reputasi, karakteristik pribadi, dan hubungan dengan konsumen.
8. *Security*, yaitu aman dari bahaya, resiko, atau keragu-raguan. Aspek ini meliputi keamanan secara fisik, keamanan finansial dan kerahasiaan.
9. *Understanding*, yaitu usaha untuk memahami kebutuhan konsumen.
10. *Tangibles*, yaitu bukti fisik dari pelayanan, bisa berupa fasilitas fisik, peralatan yang disediakan, perlengkapan yang dipakai untuk konsumen menunjang kenyamanan dalam perjalanan.

### **3.5 Pengertian Kepuasan**

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakannya dengan harapannya (Oliver, 1980). Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan

harapan. Apabila kinerja dibawah harapan, maka pelanggan akan kecewa. Bila kinerja sesuai dengan harapan, maka pelanggan akan puas. Sedangkan bila kinerja melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas. Harapan pelanggan dapat dibentuk oleh pengalaman masa lampau, komentar dari kerabatnya serta janji dan informasi pemasar dan saingannya. Pelanggan yang puas akan setia lebih lama, kurang sensitif terhadap harga dan memberi komentar yang baik tentang perusahaan.

Tingkat kepuasan merupakan salah satu faktor yang akan menentukan apakah perusahaan dalam jangka panjang akan memperoleh laba, ini tidak berarti bahwa perusahaan harus mendapatkan laba dengan cara memberikan kepuasan konsumen. Untuk menciptakan kepuasan pelanggan, perusahaan harus menciptakan dan mengelola suatu sistem untuk memperoleh pelanggan yang lebih banyak dan kemampuan untuk mempertahankan pelanggannya.

Banyak hal yang mungkin dapat menciptakan kepuasan konsumen, diantaranya :

- ◆ Sikap Karyawan yang ramah
- ◆ Sarana pelayanan yang memadai
- ◆ Fasilitas yang di dapatkan
- ◆ Ketepatan waktu perjalanan Kereta Api

Tetapi dalam penelitian ini, peneliti hanya menekankan pada : Jadwal keberangkatan dan sikap karyawan. Adapun uraiannya sebagai berikut :

#### 1. Sikap karyawan

Sikap karyawan yang dapat memberikan kepuasan kepada konsumen adalah sikap yang mempunyai nilai positif dimana karyawan memberikan pelayanan yang baik dan dapat mempertanggung jawabkan atas tugas yang diberikan. Dalam proses pelayanan karyawan berhubungan langsung dengan konsumen maka mereka harus memiliki pengetahuan tentang teknik atau metode dalam melayani konsumen, terutama memiliki sikap yang sopan dan ramah, luwes, berpenampilan menarik, mampu berkomunikasi dengan baik terhadap konsumen.

#### 2. Waktu

Aspek terpenting dalam memenuhi kepuasan konsumen jasa transportasi khususnya KA Taksaka adalah masalah waktu, yakni waktu tersebut meliputi jadwal tiba dan keberangkatan serta waktu dalam perjalanan. Apabila Kereta api jadwal tiba dan keberangkatan selalu tepat serta waktu perjalanan relatif cepat maka penumpang akan merasa puas.

### 3.6 *Brain Image* atau Persepsi

Istilah "*brain image*" dapat diartikan sebagai gambaran atau angan-angan yang terdapat dalam pikiran, benak seseorang (Echols dan Shadily, 1982). Dapat juga diartikan sebagai serangkaian kesan mengenai sesuatu atau seseorang, bukan dari apa yang sesungguhnya diketahui dari faktanya, tetapi berdasar pada apa

yang mereka pikirkan atau rasakan secara subjektif tentang sesuatu atau seseorang (Markin, 1974).

Konsumen atau pelanggan akan tertarik pada suatu produk jika produk tersebut menyajikan manfaat dan pelayanan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa konsumen membelanjakan uangnya untuk pelayanan, sedangkan setiap benda memiliki sifat pelayanannya sendiri. Produk yang dibeli konsumen adalah benda beserta sekumpulan pelayanan yang menyertainya dan merupakan keistimewanya (Walters dan Paul, 1970).

Konsep persepsi dan sikap pelanggan sebenarnya terbagi menjadi dua. Pertama, kita sebenarnya tidak pernah dapat mengetahui yang mendasari tingkat kepuasan pelanggan yang sebenarnya kita mengembangkan ukuran untuk mengukur dan menarik kesimpulan tentang konstruk (gagasan atau konsepsi) yang mendasari. Kedua, kita tertarik pada hubungan antara yang mendasari dimensi atau konstruk. Kita ingin mengetahui bagaimana hal-hal yang mendasari konstruk atau kebutuhan pelanggan saling berkaitan atau berhubungan.

Persepsi kualitas adalah citra atau reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan kereta api terhadap konsumen akan ciri-ciri produk yang akan dibeli, maka konsumen akan mempresentasikan kualitasnya dari berbagai aspek. Diantaranya adalah:

- ◆ Nama merk atau label
- ◆ Iklan
- ◆ Reputasi perusahaan
- ◆ Mutu pelayanan

Tetapi pada penelitian ini hanya ditekankan pada aspek: merk atau lebel dan mutu pelayanan KA Taksaka. Uraianya sebagai berikut :

#### 1. Label atau Merk

Merk atau label berfungsi sebagai pembeda atau nama yang membedakan dengan kereta api lainnya, dimana setiap kereta api memiliki identitas sendiri baik pelayanan maupun fasilitas.

#### 2. Mutu Pelayanan

Mutu pelayanan merupakan kualitas suatu kinerja penampilan, tidak berwujud dan cepat hilang atau kualitas suatu proses, dalam arti luas proses menyangkut segala usaha yang dilakukan seseorang dalam rangka mencapai tujuan.

Pelayanan merupakan suatu proses, dalam arti luas proses menyangkut segala usaha yang dilakukan oleh seseorang dalam rangka mencapai tujuan. Dari batasan seperti itu maka dapat dinyatakan bahwa secara kodrati manusia dalam rangka mempertahankan hidupnya sangat memerlukan pelayanan baik dari dirinya sendiri maupun melalui karya orang lain (Moenir, 1995).

#### 3.7 Pengertian Motivasi

Motivasi sebagai suatu konsep merupakan fenomena yang rumit. Motivasi akan mempengaruhi dan dipengaruhi berbagai faktor yang terdapat pada lingkungan atau organisasi. Individu dianggap manusia seutuhnya yang mempunyai perasaan, sikap dan motivasi serta berinteraksi secara kompleks dengan dukungan fisik dan sosial tempat ia berada. Tiap-tiap orang tertarik pada

serangkaian tujuan, dimana jika seorang manajer harus meramalkan perilaku pelanggan secara teliti maka ia perlu mengetahui segala sesuatu tentang tujuan pelanggan dan tindakan yang diambil orang itu untuk mencapainya (As'ad, 1991).

Motivasi juga dapat diartikan sebagai keadaan kejiwaan dan sikap mental manusia yang memberikan energi, mendorong kegiatan, mengarah atau menyalurkan perilaku kearah mencapai kebutuhan yang memberi kepuasan atau mengurangi ketidak seimbangan. Kebutuhan tersebut timbul akibat adanya berbagai hubungan. Kebutuhan dapat berwujud fisik, biologis serta social (Bedjo,1989). Misalnya: Pengakuan, perlindungan, keamanan, lingkungan keluarga dan masyarakat.

Tetapi pada penelitian ini, peneliti hanya menekankan hal yang mempengaruhi motivasi penumpang memilih KA Taksaka sebagai jasa transportasi :

1. Tarif (ongkos)

Tarif dapat diartikan sejumlah uang yang harus dibayarkan penumpang untuk mendapatkan pelayanan dan fasilitas yang sudah dijanjikan.

2. Lingkungan

Lingkungan merupakan salah satu factor yang dapat memberikan pengakuan dan dorongan sehingga penumpang memutuskan untuk memilih KA Taksaka sebagai jasa transportasi. Lingkungan ini meliputi : lingkungan internal misalnya keluarga dan lingkungan eksternal misalnya rumah, tempat kerja atau kantor.

### 3.8 Jenis Data dan Analisis

Pada suatu proses penelitian sering hanya terdapat satu jenis data yaitu kualitatif atau kuantitatif saja, tetapi mungkin juga gabungannya. Dalam analisis data juga terdapat dua macam, yaitu analisis data kuantitatif dan analisis data kualitatif.

Analisis data kualitatif adalah suatu analisis dalam penelitian ilmu-ilmu sosial yang pencatatan datanya lebih sering dilakukan dalam bentuk kualitatif atau kategorik dibanding dengan dalam bentuk kuantitatif. Sedangkan data yang bersifat kualitatif adalah data yang merupakan jumlahan dari suatu variabel yang bersifat kategorik. Syarat-syarat yang lain dari data kualitatif adalah:

- a. Hubungan tidak menyatakan tingkat atau derajat hubungan maupun arah dari hubungan.
- b. Data merupakan jumlahan atau kategorikal dan bersifat diskrit atau tidak kontinyu.

Data kualitatif yang sudah dikumpulkan kemudian dilakukan berbagai perlakuan statistik, utamanya meliputi penganalisaan dan pembuatan kesimpulan. Bagian awal pengolahan data adalah penyajian data. Penyajian ini sering diperlukan dan bisa memperjelas secara visual dalam usaha membuat kesimpulan, baik deskriptif maupun inferensial.

Sedangkan data kuantitatif dibagi menjadi dua, yaitu data diskrit/nominal dan data kontinyu. Data nominal adalah data yang hanya dapat digolong-golongkan secara terpisah, secara diskrit atau kategori.

Data kontinu adalah data yang bervariasi menurut tingkatan dan ini diperoleh dari pengukuran. Data ini dibagi menjadi data ordinal, data interval dan data ratio. Data ordinal adalah data yang berbentuk rangking atau peringkat. Misal juara I, II, III dan seterusnya. Data ini bila dinyatakan dalam skala, maka jarak satu data dengan data yang lainnya tidak sama.

Skala interval adalah data yang jaraknya sama tetapi tidak mempunyai nilai nol (0) mutlak. Contoh skala termometer, walaupun ada nilai  $0^{\circ}\text{C}$ , tetapi tetap ada nilainya. Data-data yang diperoleh dari pengukuran dengan instrumen sikap dengan skala LIKERT misalnya adalah berbentuk data interval. Data interval dapat dibuat menjadi data ordinal (peringkat).

Data ratio adalah data yang jaraknya sama, dan mempunyai nilai nol mutlak. Misalnya data tentang berat badan, berat 0 kg berarti tidak ada beratnya atau tidak mempunyai berat. Jika dalam data interval penjumlahannya tidak seperti dalam data ratio. Misalnya air 1 gelas dengan suhu  $20^{\circ}\text{C}$  + air 1 gelas dengan suhu  $15^{\circ}\text{C}$  maka suhunya tidak menjadi  $35^{\circ}\text{C}$ , tetapi sekitar  $17,5^{\circ}\text{C}$ .

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Dengan skala pengukuran ini, maka nilai variabel yang diukur dengan instrumen tertentu dapat dinyatakan dalam bentuk angka, sehingga lebih akurat, efisien dan komunikatif. Misal suhu badan orang sehat  $37^{\circ}\text{C}$ . Dari empat macam pengukuran seperti dijelaskan diatas, ternyata skala intervallah yang lebih banyak digunakan untuk mengukur fenomena sosial.

Berbagai skala yang digunakan untuk penelitian sosial antara lain :

### 1. Skala Likert

Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala likert maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator jawaban tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun butir yang digunakan skala likert dapat berupa kata-kata antara lain:

- |                        |                      |
|------------------------|----------------------|
| 1. Sangat Setuju       | 1. Sangat Puas       |
| 2. Setuju              | 2. Puas              |
| 3. Kurang Setuju       | 3. Kurang Puas       |
| 4. Tidak Setuju        | 4. Tidak Puas        |
| 5. Sangat Tidak Setuju | 5. Sangat Tidak Puas |

Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor, misalnya:

- |                                   |   |
|-----------------------------------|---|
| 1. Sangat setuju/puas diberi skor | 5 |
| 2. Setuju/puas diberi skor        | 4 |
| 3. Kurang setuju/kurang puas      | 3 |
| 4. Tidak setuju/tidak puas        | 2 |
| 5. Sangat tidak setuju            | 1 |

## 2. Skala Guttman

Skala pengukuran dengan tipe ini, akan didapatkan jawaban yang tegas yaitu “ya-tidak”; “benar-salah” dan lain-lain. Data yang diperoleh dapat berupa data interval atau ratio. Jadi jika pada skala Likert terdapat interval dari kata “sangat setuju” sampai “tidak setuju”, maka pada skala Guttman hanya ada dua interval yaitu “setuju” atau tidak setuju”. Penelitian menggunakan skala Guttman dilakukan bila ingin mendapatkan jawaban yang tegas terhadap suatu permasalahan yang ditanyakan.

## 3. Skala Scale

Skala Scale merupakan data mentah yang diperoleh dari angka kemudian ditafsirkan dalam pengertian kualitatif. Responden menjawab senang, atau tidak senang, setuju atau tidak setuju, pernah atau tidak pernah adalah merupakan data kualitatif. Dalam skala Scale, responden tidak akan menjawab salah satu dari jawaban dari jawaban kualitatif yang telah disediakan, tetapi menjawab salah satu dari jawaban kuantitatif yang telah disediakan.

## 4. Semantinct Deferensial

Skala pengukuran yang berbentuk semantic deferensial dikembangkan oleh Osgood. Skala ini juga digunakan untuk mengukur sikap, hanya bentuknya tidak pilihan ganda maupun checklist, tetapi tersusun dalam satu garis kontinyu yang jawabannya sangat positifnya terletak di bagian kiri garis, atau sebaliknya. Data yang diperoleh adalah data interval, dan



biasanya skala ini digunakan untuk mengukur sikap/karakteristik tertentu yang dipunyai oleh seseorang.

Ada beberapa teknik yang dapat dipergunakan dalam mengumpulkan data, dimana antara satu dengan yang lain mempunyai fungsi yang berbeda-beda. Teknik pengumpulan data tersebut hendaknya disesuaikan penggunaannya dengan tujuan penelitian dan jenis data yang digali serta keadaan subyek penelitian. Teknik pengumpulan data yang dipergunakan menurut Tatang dalam Abdullah (1994) adalah : tes, angket atau kuisisioner, wawancara atau pengawasan, observasi atau pengamatan dan telaah dokumen atau studi keputusan.

Seperti yang telah disebutkan diatas, beberapa alat yang dapat digunakan mengukur variabel, salah satunya dengan menggunakan angket. Menurut Sanapiah Faisal yang dikutip Abdullah (1994) ciri khas angket terletak pada pengumpulan data melalui daftar pertanyaan tertulis yang disusun dan disebarakan untuk mendapatkan informasi atau keterangan dari sumber data yang berupa orang (responden).

Menurut Arikunto (1993) angket (kuesioner) adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang dipergunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal-hal yang diketahuinya. Daftar pertanyaan yang diberikan kepada responden bukan dimaksudkan untuk menggali informasi atau keterangan relevan dan bisa dijelaskan oleh responden.

Pada perinsipnya, ada tiga langkah dalam menyusun sebuah angket :

- ❖ Menetapkan sebuah konstruk, yaitu membuat batasan mengenai variabel yang akan diukur.
- ❖ Menetapkan faktor-faktor, yaitu mencoba menemukan unsur-unsur yang ada pada sebuah konstruk. Jadi faktor pada dasarnya adalah perincian lebih lanjut dari sebuah konstruk.
- ❖ Menyusun butir-butir pertanyaan, yaitu mencoba menjabarkan sebuah faktor lebih lanjut dalam berbagai pertanyaan yang langsung berinteraksi dengan pengisi angket.

Setelah instrumen penelitian terbentuk perlu diadakan pengujian validitas dan reliabilitas.

### 3.8.1 Uji Validitas

Kesahihan (validitas) dibatasi sebagai tingkat kemampuan suatu instrumen untuk mengungkapkan sesuatu yang menjadi sasaran pokok pengukuran yang dilakukan dengan instrumen tersebut. Suatu instrumen dinyatakan sah jika instrumen tersebut mampu mengukur apa saja yang hendak diukurnya, mampu mengungkapkan apa yang ingin diungkapkan, mampu menembak dengan jitu sasaran yang ditembak.

Analisa kesahihan butir harus dilakukan faktor demi faktor, apabila konstraknya terdiri dari satu faktor. Koefisien kesahihan butir diperoleh dari korelasi antara skor butir dengan skor faktor. Adapun skor faktor ini diperoleh dari jumlah semua butir dalam faktor.

Langkah-langkah pokok dalam analisis kesahihan butir pada dasarnya adalah:

1. Menghitung Skor Faktor dari Skor Butir

Langkah pertama adalah menghitung skor faktor dari jumlah skor semua butir dalam faktor.

2. Menghitung Korelasi *Product Momen*

Langkah kedua ini adalah menghitung korelasi *product momen* antar skor butir (X) dengan skor faktor (Y). Rumus korelasi *product momen* yang akan kita gunakan adalah:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[(N \sum X^2 - (\sum X)^2)(N \sum Y^2 - (\sum Y)^2)]}} \quad \dots(3.1)$$

Dimana:

- $r_{xy}$  = korelasi product momen
- $N$  = jumlah subjek responden
- $\sum X$  = Sigma atau jumlah X (skor butir)
- $\sum X^2$  = Sigma X kuadrat
- $\sum Y$  = Sigma atau jumlah Y (skor faktor)
- $\sum Y^2$  = Sigma Y kuadrat
- $\sum XY$  = Sigma (perkalian) X dengan Y

3. Menghitung Korelasi Bagian Total

Langkah ini adalah mengkoreksi korelasi *product momen*  $r_{xy}$  menjadi korelasi bagian total  $r_{pq}$ .

$$r_{pq} = \frac{(r_{xy})(s_y) - (s_x)}{\sqrt{(S_x^2) + (S_y^2) - 2(r_{xy})(S_x)(S_y)}} \quad \dots(3.2)$$

Dimana:  $r_{pg}$  = koefisien korelasi bagian total

$r_{xy}$  = koefisien korelasi product momen

$s_y$  = standar deviasi skor faktor

$s_x$  = standar deviasi skor butir

$$s_x = \sqrt{\frac{\sum X^2 - ((X)^2/N)}{N-1}} \quad \dots(3.3)$$

#### 4. Menguji Taraf Signifikan

Langkah ini adalah menguji signifikansi  $r_{pq}$ . Derajat bebas yang dipakai untuk menguji  $r_{pq}$  ini adalah N-2. Dengan tingkat signifikansi 5%, r hitung  $\geq$  r tabel maka terdapat korelasi antar faktor.

#### 5. Menggugurkan butir-butir yang tidak sah.

Langkah ini adalah menggugurkan butir-butir yang tidak memenuhi kaidah uji.

Atau analisis uji validitas setelah diketemukan korelasinya, maka:

Hipotesisnya:

$H_0$  : Skor butir berkorelasi positif dengan skor faktornya

$H_1$  : Skor butir tidak berkorelasi positif dengan skor faktornya

$\alpha$  : 0,05

Daerah kritik

$$R_{\text{hasil positif}} < r_{\text{tabel}}$$

## Statistik Uji

Dengan bantuan SPSS, yaitu  $R_{\text{hasil}}$  dapat dilihat pada kolom CORRECTED ITEM-TOTAL CORRELATION pada output komputer.

### Kesimpulan

Jika  $R_{\text{hasil}} \text{ positif} > r_{\text{tabel}}$ , maka butir tersebut adalah Valid

Jika  $R_{\text{hasil}} \text{ positif} < r_{\text{tabel}}$ , maka butir tersebut adalah Tidak Valid

Jika nanti ditemukan ada butir yang tidak valid, maka butir yang tidak valid tersebut harus dikeluarkan, dan proses analisis diulang untuk butir yang valid saja.

### 3.8.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas (keandalan) adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Syarat keandalan suatu instrumen menuntut kemantapan, kejelasan, atau stabilitas hasil pengamatan dengan instrumen pengukuran.

Butir-butir yang sudah valid, baru mendapatkan pengujian reliabilitasnya. Yang pengujiannya adalah sebagai berikut:

Uji Hipotesisnya:

$H_0$  : Skor butir berkorelasi positif dengan komposit faktornya.

$H_1$  : Skor butir tidak berkorelasi positif dengan komposit faktornya.

$\alpha$  : 0.05

Daerah Kritik

$R_{\alpha} \text{ positif} < r_{\text{tabel}}$

## Statistik Uji

Dengan menggunakan SPSS, yaitu angka  $R_{\alpha}$  dapat dilihat pada akhir output komputer.

## Kesimpulan

Jika  $R_{\alpha}$  positif  $> r_{\text{tabel}}$ , maka butir tersebut adalah Reliabel

Jika  $R_{\alpha}$  positif  $< r_{\text{tabel}}$ , maka butir tersebut adalah Tidak Reliabel

Ada dua cara yang dapat ditempuh untuk menguji tingkat keandalan instrumen, yaitu:

### 1. Melalui ukur ulang (*repeated measures*)

Pengukuran ulangan mengandung resiko yang lebih banyak selain waktu, tenaga dan biaya. Orang yang mengalami pengukuran ulang mungkin menjadi kurang senang, kurang sungguh-sungguh atau malahan menolak atau tidak dapat dihubungi.

### 2. Melalui ukur sekali (*one-shot*)

Merupakan pengukuran yang hanya satu kali melalui contoh-contoh yang dipetik dari parameter atau populasi butir dan membandingkan hasil pengukuran butir contoh yang satu dengan yang lainnya.

Dalam menguji tingkat keterandalan instrumen digunakan teknik koefisien alpha dari Cronbach karena instrumen berupa angket dengan skala bertingkat dan data yang diperoleh bukan berbentuk data diskret.

Rumus koefisien alpha tersebut adalah sebagai berikut :

$$r_{11} = \left\{ \frac{K}{(K-1)} \right\} \left\{ 1 - \frac{\sigma_b^2}{\sigma^2} \right\} \quad \dots(3.4)$$

keterangan :

- $r_{11}$  : reliabilitas instrumen  
 $k$  : jumlah varian soal  
 $\sigma_b^2$  : jumlah varian butir  
 $\sigma_t^2$  : varians total

Sebagai tolak ukur tinggi rendahnya reliabilitas instrumen dapat diklasifikasikan sebagai berikut (Suharsimi, 1993) :

- $0,00 \leq 0,20$  : tidak ada korelasi  
 $0,20 - 0,40$  : korelasi rendah  
 $0,40 - 0,70$  : korelasi sedang  
 $0,70 - 0,90$  : korelasi tinggi  
 $0,90 - 1,00$  : korelasi tinggi sekali  
 tepat 1,00 : korelasi sempurna

hasil perhitungan  $r_{11}$  dibandingkan dengan  $r$  tabel *product momen* bila hasilnya lebih besar dari harga tabel pada taraf signifikan 5% maka instrumen itu dinyatakan handal.

### 3.9 Uji Chi Kuadrat

Uji Chi Kuadrat dapat juga dikatakan sebagai uji proporsi untuk dua peristiwa atau lebih. Oleh karena uji chi kuadrat itu juga merupakan uji promosi, maka variabilitas datanyapun harus bersifat diskrit. Dalam pengujian chi kuadrat ini kita akan menghadapi suatu pengujian apakah perbedaan antara frekuensi hasil

observasi ( $f_o$ ) dengan frekuensi yang diharapkan oleh peneliti ( $f_h$ ) dari sampel yang terbatas itu merupakan perbedaan signifikan atau tidak.

Perbedaan antara  $f_o$  dengan  $f_h$  disebut perbedaan yang meyakinkan jika harga chi kuadrat ( $X^2$ ) sama atau lebih besar dari suatu harga kritik yang ditetapkan pada taraf signifikan tertentu. Sebaliknya perbedaan antara  $f_o$  dan  $f_h$  dikatakan tidak meyakinkan, jika harga  $X^2$  lebih kecil dibandingkan dengan harga kritiknya. Dengan perkataan lain  $H_o$  akan ditolak jika  $X^2 \geq X^2$  dalam tabel dan  $H_o$  diterima jika harga  $X^2 \leq X^2$  dalam tabel.

Dalam perhitungan untuk pengujian chi kuadrat ini perlu dipenuhinya beberapa syarat, yakni :

$$1. \sum f_o = \sum f_h$$

$$2. \sum (f_o - f_h) = 0$$

Jika kedua persyaratan tersebut dapat dipenuhi, maka perhitungan chi kuadrat dapat dilanjutkan. Ada beberapa hal yang dapat dilakukan dengan uji chi kuadrat, diantaranya seperti : uji  $X^2$  untuk perbedaan, uji  $X^2$  untuk independensi dan uji  $X^2$  untuk bentuk distribusi. Pada dasarnya uji chi kuadrat untuk pengujian yang manapun dapat digunakan rumus :

$$X^2 = \sum \frac{(f_o - f_h)^2}{f_h} \quad \dots(3.5)$$

$f_o$  : frekuensi hasil observasi

$f_h$  : frekuensi yang diharapkan

Besarnya harga frekuensi yang diharapkan ( $f_h$ ) dihitung dengan rumus :

$$f_h = \frac{\text{jumlah sebaris} \times \text{jumlah sekolom}}{\text{jumlah data}}$$

### 3.11 Tabel Kontingensi

Dalam penelitian kali ini akan digunakan tabel kontingensi  $b \times k$ , dimana  $b$  adalah baris dan  $k$  adalah kolom. Sel yang dibentuk baris ke- $i$  dan kolom ke- $j$ , sel  $(i,j)$  mempunyai frekuensi atau banyak data pengamatan sebesar  $n_{ij}$ . Jumlah frekuensi baris ke- $i$  adalah  $n_{i0}$  sehingga ini berarti  $n_{i0} = n_{i1} + n_{i2} + \dots + n_{ik}$ . Demikian pula jumlah frekuensi kolom ke- $j$  diberi lambang  $n_{0j}$  sehingga  $n_{0j} = n_{1j} + n_{2j} + \dots + n_{bj}$  (Sudjana, 1990).

Secara umum bentuk tabel kontingensi  $b \times k$  adalah :

Tabel 3.1 Tabel Kontingensi  $b \times k$

	Kategori 1	Kategori 2	----- --	kategori k	Jumlah
Kategori 1	$n_{11}$	$n_{12}$	----- --	$n_{1k}$	$n_{10}$
Kategori 2	$n_{21}$	$n_{22}$	----- --	$n_{2k}$	$n_{20}$
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮
Kategori b	$n_{b1}$	$n_{b2}$	----- --	$n_{bk}$	$n_{b0}$
Jumlah	$n_{01}$	$n_{02}$	----- --	$n_{0k}$	$n = n_{b0}$

Frekuensi seluruh pengamatan, atau ukuran sampel adalah :

$$n = n_{00} = n_{01} + n_{02} + \dots + n_{0k} = n_{10} + n_{20} + \dots + n_{b0} \quad \dots(3.6)$$

Setelah daftar dibuat kemudian ditentukan apakah faktor pertama kepuasan pelanggan atau *customer* dan faktor kedua *brain image* dan motivasi independen atau tidak. Jika tidak independen, kepuasan pelanggan bergantung pada *brain image* dan motivasi menggunakan jasa transportasi KA Taksaka kemudian dapat dilanjutkan apakah ada kecenderungan *brain image* dan motivasi menggunakan KA Taksaka tingkat kepuasannya paling tinggi.

Untuk menyelesaikan hal seperti ini, digunakan uji chi kuadrat terhadap pasangan hipotesis nol ( $H_0$ ) dan tandingan ( $H_1$ ), berbentuk :

$H_0$  : faktor I dan faktor II independen

$H_1$  : faktor I dan faktor II tidak independen

Sejalan dengan penjelasan menguji  $H_0$  melawan  $H_1$  menggunakan tabel rumus kontingensi  $2 \times 2$ , perlu dicari ekspektasi frekuensi tiap sel ialah  $E(n_{ij})$  dengan rumus:

$$E(n_{ij}) = \frac{n_{i0} n_{0j}}{n} \quad \dots (3.7)$$

keterangan :

$n_{ij}$  : frekuensi sel karena kategori i dan kategori j faktor II

$n_{i0}$  : frekuensi kategori i faktor I

$n_{0j}$  : frekuensi kategori j faktor II

(Sudjana, 1990)

selanjutnya dilakukan statistik uji  $\chi^2$  dengan rumus :

$$\chi^2 = \sum_{j=1}^k \sum_{i=1}^b \frac{\{n_{ij} - E(n_{ij})\}^2}{E(n_{ij})} \quad \dots (3.8)$$

Statistik uji atas mendekati distribusi chi kuadrat yang memiliki derajat bebas  $dk = (b-1)(k-1)$  dengan pengertian  $b =$  banyak baris kategori dan  $k =$  banyak kolom kategori dalam tabel kotingensi. Dari rumus  $\chi^2$  diatas dapat dilihat bahwa jika  $n_{ij} = E(n_{ij})$  maka  $\chi^2 = 0$ . Makin beda antara  $n_{ij}$  dan  $E(n_{ij})$ , makin jauh harga  $\chi^2$  dari nol. Sifat ini dipakai untuk menentukan batas penolakan dan penerimaan  $H_0$ . Tentunya makin dekat  $\chi^2$  kepada nol makin sama  $E(n_{ij})$  kepada  $n_{ij}$  dan makin

murni terjadinya independen antara faktor. Dengan demikian perlu dicari harga  $\chi^2$  yang menjadi batas dengan sifat tersebut. Batas ini diperoleh dari daftar distribusi  $\chi^2$  menggunakan taraf nyata  $\alpha$  yang dipilih dan db yang sesuai. Akan tetapi perhitungan dari rumus  $\chi^2$  diatas sering mengalami kekeliruan karena melibatkan perhitungan  $E(n_{ij})$ .

Untuk menghindari hal tersebut maka statistik  $\chi^2$  dapat dihitung dengan rumus yang lebih mudah yaitu :

$$X^2 = n \left[ \frac{1}{n_{1o}} \sum \frac{n_{1j}^2}{n_{oj}} + \frac{1}{n_{2o}} \sum \frac{n_{2j}^2}{n_{oj}} + \dots + \frac{1}{n_{bo}} \sum \frac{n_{bj}^2}{n_{oj}} - 1 \right] \quad \dots(3.9)$$

Menurut Haryatmi Kartiko (1996), Untuk dapat menggunakan distribusi chi-kuadrat harga harapan masing-masing sel ( $E_{ij}$ ) paling sedikit = 5. Apabila hal itu tidak dipenuhi beberapa sel harga-harga itu digabung menjadi satu.

### 3.12 Koefisien Kontingensi (C)

Koefisien kontingensi merupakan salah satu cara untuk mengetahui ada tidaknya atau erat tidaknya hubungan antara dua variabel yang digolong-golongkan kedalam beberapa kategori. Misalnya kita ingin mengetahui hubungan antara jenis kelamin dengan jenis film kesukaannya, hubungan antara tingkat pendapatan dengan jenis mobil dan masih banyak lagi contoh yang lain.

Koefisien kontingensi dirumuskan sebagai :

$$C = \sqrt{\frac{X^2}{X^2 + n}} \quad \dots(3.10)$$

dimana : C = koefisien kontingensi

$X^2$  = hasil perhitungan chi kuadrat

n = jumlah sampel

Agar harga koefisien kontingensi itu dapat digunakan untuk melihat kuat tidaknya hubungan antara variabel-variabel itu, maka harga koefisien kontingensi perlu dibandingkan dengan harga koefisien kontingensi maksimumnya.

Harga koefisien kontingensi maksimumnya dapat dihitung dengan rumus :

$$C_{\max} = \sqrt{\frac{m-1}{m}} \quad \dots(3.11)$$

dimana:  $C_{\max}$  = koefisien kontingensi maksimum dan

m = banyaknya kategori kedua variabel yang dipilih

### 3.3. Uji Log Linier untuk Tiga Dimensi

Tabel tiga dimensi terdiri dari tiga variabel, misal variabel A, B dan C dengan berisi baris I, kolom J dan layer K dan ketiganya saling independent, maka taksiran harga harapan pada masing-masing sel adalah sebagai berikut :

$$m_{ijk} = \frac{X_{i++} + X_{+j+} + X_{++k}}{N^2} \quad \dots(3.12)$$

dimana :  $m_{ijk}$  = harga harapan

$X_{ijk}$  = nilai observasi

N = jumlah seluruh observasi

$$i = 1, 2, 3, \dots, I$$

$$j = 1, 2, 3, \dots, J$$

$$k = 1, 2, 3, \dots, K$$

a. model independent lengkap :  $\log m_{ijk} = U_{1(i)} + U_{2(j)} + U_{3(k)} \quad \dots(3.13)$

dimana  $U_{12(ij)} = U_{13(ik)} = U_{23(jk)} = U_{123(ijk)} = 0$  ;  $U$  = efek dari faktor.

b. model :  $\log m_{ijk} = U_{1(i)} + U_{2(j)} + U_{3(k)} + U_{12(ij)} \quad \dots(3.14)$

dimana  $U_{13(ik)} = U_{23(jk)} = U_{123(ijk)} = 0$ ;

nilai harapannya :  $m_{ijk} = \frac{X_{ij+} + X_{i+k}}{N^2}$  model ini menyatakan adanya

dependensi antara variabel 1 dengan variabel 2.

c. model :  $\log m_{ijk} = U_{1(i)} + U_{2(j)} + U_{3(k)} + U_{13(ik)} \quad \dots(3.15)$

dimana  $U_{12(ij)} = U_{23(jk)} = U_{123(ijk)} = 0$ ;

nilai harapannya :  $m_{ijk} = \frac{X_{i+k} + X_{j+}}{N^2}$  model ini menyatakan adanya

dependensi antara variabel 1 dengan variabel 3.

d. model :  $\log m_{ijk} = U_{1(i)} + U_{2(j)} + U_{3(k)} + U_{23(jk)} \quad \dots(3.16)$

dimana  $U_{12(ij)} = U_{13(ik)} = U_{123(ijk)} = 0$ ;

nilai harapannya :  $m_{ijk} = \frac{X_{+jk} + X_{i++}}{N^2}$  model ini menyatakan adanya

dependensi antara variabel 2 dengan variabel 3.

e. model :  $\log m_{ijk} = U_{1(i)} + U_{2(j)} + U_{3(k)} + U_{12(ij)} + U_{13(ik)} \quad \dots(3.17)$

dimana  $U_{23(jk)} = U_{123(ijk)} = 0$ ;

nilai harapannya :  $m_{ijk} = \frac{X_{ij+} + X_{i+k}}{X_{i++}}$  model ini menyatakan adanya

dependensi antara variabel 1 dengan variabel 2 dan variabel 1 dengan variabel 3.

$$f. \text{ model : } \log m_{ijk} = U_{1(i)} + U_{2(j)} + U_{3(k)} + U_{12(ij)} + U_{23(jk)} \quad \dots(3.18)$$

dimana  $U_{13(ik)} = U_{123(ijk)} = 0$ ;

nilai harapannya :  $m_{ijk} = \frac{X_{ij+} + X_{+jk}}{X_{+j+}}$  model ini menyatakan adanya

dependensi antara variabel 1 dengan variabel 2 dan variabel 2 dengan variabel 3.

$$g. \text{ model : } \log m_{ijk} = U_{1(i)} + U_{2(j)} + U_{3(k)} + U_{13(ik)} + U_{23(jk)} \quad \dots(3.19)$$

dimana  $U_{12(ij)} = U_{123(ijk)} = 0$ ;

nilai harapannya :  $\hat{m}_{ijk} = \frac{X_{i+k} + X_{+jk}}{X_{++k}}$  model ini menyatakan adanya

dependensi antara variabel 1 dengan variabel 3 dan variabel 2 dengan variabel 3.

$$h. \text{ model : } \log m_{ijk} = U_{1(i)} + U_{2(j)} + U_{3(k)} + U_{12(ij)} + U_{13(ik)} + U_{23(jk)} \quad \dots(3.20)$$

dimana  $U_{123(ijk)} = 0$ ;

nilai harapannya :  $\hat{m}_{ijk} = \frac{X_{ij+} + X_{i+k} + X_{+jk}}{X_{i++} X_{+j+} X_{++k}}$  model ini harus

dihitung dengan cara iterasi dimana  $\hat{m}_{ijk}$  merupakan dari fungsi  $X_{ij+}$ ,  $X_{i+k}$  dan

$X_{+jk}$  dengan syarat harus memenuhi  $\hat{m}_{ij+} = X_{ij+}$ ;  $\hat{m}_{i+k} = X_{i+k}$ ;  $\hat{m}_{+jk} = X_{+jk}$

### 3.13 Hipotesa

Hipotesa adalah sarana penelitian ilmiah yang penting dan tidak bisa ditinggalkan, karena ia merupakan instrumen kerja dan teori. Suatu hipotesis selalu dirumuskan dalam bentuk pernyataan yang menghubungkan antara dua variabel atau lebih. (Masri Singaribun, 1991), dalam penelitian ini kami mengajukan hipotesis sebagai berikut :

**“Brain image (persepsi) dan motivasi menggunakan KA Taksaka mempengaruhi tingkat kepuasan penumpang”.**



## BAB IV

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 4.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. Kereta Api Indonesia DAOP IV Yogyakarta yang bertempat di jalan Lempuyangan No. 1 Yogyakarta, sedangkan penyebaran angket (koesioner) pada KA Taksaka II di Stasiun Tugu Yogyakarta. Waktu penelitian dilaksanakan 26 s/d 30 Agustus 2002.

#### 4.2 Metode Penelitian

Dalam menganalisis data penelitian ini digunakan metode deskriptif kualitatif. Untuk menjawab perumusan masalah mengenai apakah persepsi, motivasi penumpang KA Taksaka dipengaruhi oleh kepuasan. Maka digunakan analisis kepuasan pelanggan.

Instrumen penelitian ini menggunakan angket dengan skala likert (*rating scale*) yang menggunakan lima alternatif jawaban yaitu sangat setuju (SS), setuju (S), kurang setuju (KS), tidak setuju (TS), sangat tidak setuju (STS).

Untuk kepuasan kinerja dan pelayanan diberikan lima penilaian dengan bobot sebagai berikut :

- a. Jawaban *sangat setuju* diberi bobot 5, berarti penumpang *sangat puas*.
- b. Jawaban *setuju* diberi bobot 4, berarti penumpang *puas*.
- c. Jawaban *kurang setuju* diberi bobot 3, berarti penumpang *kurang puas*.
- d. Jawaban *tidak setuju* diberi bobot 2, berarti penumpang *tidak puas*.

- e. Jawaban *sangat tidak setuju* diberi bobot 1, berarti penumpang *sangat tidak puas*.

Dalam penelitian ini menggunakan skala nominal dan ordinal. Untuk memperjelas skala ordinal peneliti berasumsi batasan pembulatan rata-rata jawaban responden : 0 – 4 menggunakan pembulatan kebawah dan 5 – 9 menggunakan pembulatan keatas. Ini digunakan pada analisis data.

#### 4.3 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Variabel penelitian dapat diartikan segala sesuatu yang akan menjadi obyek penelitian, sering pula dinyatakan sebagai faktor-faktor yang berperan dalam peristiwa atau gejala yang akan diteliti. Dalam penelitian ini variabel yang akan diteliti adalah apakah kepuasan penumpang tergantung pada persepsi dan motivasi menggunakan KA Taksaka. Variabel tersebut perlu didefinisikan secara operasional sebagai berikut:

1. Kepuasan dapat diartikan sebagai tingkat perasaan seseorang untuk membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakannya dengan harapan menggunakan KA Taksaka.
2. Persepsi dapat diartikan sebagai gambaran atau angan-angan yang terdapat dalam pemikiran, benak seseorang atau serangkaian kesan berdasarkan apa yang mereka rasakan secara subyektif selama sebagai penumpang KA Taksaka.

3. Motivasi dapat diartikan dorongan yang mempengaruhi seseorang untuk memilih KA Taksaka sebagai alat transportasi. Biasanya motivasi mempengaruhi dan dipengaruhi berbagai faktor yang terdapat pada lingkungan internal maupun eksternal.

#### 4.4 Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi adalah sejumlah penduduk atau individu yang paling sedikit mempunyai satu sifat yang sama (Sutrisno Hadi, 1987). Dengan kata lain dapat juga populasi diartikan semua subjek atau obyek yang dapat berupa sekelompok orang yang dapat digunakan sebagai target dari penelitian. Pada penelitian kali ini populasi atau subjek penelitian adalah masyarakat/penumpang KA Taksaka yang berada di stasiun Tugu Yogyakarta pada saat penelitian. Pemilihan subjek didasarkan pada masyarakat/penumpang KA Taksaka yang sudah menggunakan atau merasakannya minimal sekali atau lebih sehingga nantinya akan memberikan penilaian terhadap pelayanan apa yang pernah dirasakan dan bisa membandingkan dengan KA Eksekutif lainnya.

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti (Suharsimi, 1993). Pengambilan sampel dilakukan dengan cara *proportional random sampling* yaitu mendaftar subjek-subjek yang dijadikan sampel penelitian yang didapat dari petugas loket di stasiun Tugu Jogjakarta. Dalam penelitian ini sampel yang diambil didatangi langsung oleh peneliti. Besar kecilnya pengambilan sampel agar dapat menjadi cerminan populasi. Jika jumlah subjeknya besar, lebih dari 100 maka sampel yang dapat diambil 10%-15% atau 20%-25% atau lebih tergantung

setidak-tidaknya dari kemampuan peneliti dari segi waktu, tenaga dan dana (Suharsimi, 1993).

Selama penyebaran instrumen penelitian, peneliti langsung menemui *customer* atau penumpang KA Taksaka di Stasiun Tugu Yogyakarta sebanyak 100 responden dengan alasan keterbatasan dan kemampuan peneliti dari segi waktu, tenaga dan biaya.

#### **4.5 Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen**

##### **4.5.1 Teknik Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini jenis data yang dikumpulkan adalah data primer dan data sekunder yang bersifat kualitatif dan kuantitatif. Data primer diperoleh langsung dari penumpang KA Taksaka berupa jawaban-jawaban terhadap pertanyaan-pertanyaan dalam angket tentang kepuasan *customer* atau penumpang terhadap kinerja dan pelayanan KA Taksaka. Data sekunder diperoleh melalui data dari pihak lain yang berkaitan dengan penelitian ini. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dengan menggunakan angket (koesioner).

##### **4.5.2 Instrumen Penelitian**

Instrumen penelitian ini menggunakan angket dengan skala likert (*rating scale*) yang menggunakan lima alternatif jawaban yaitu sangat setuju (SS), setuju (S), kurang setuju (KS), tidak setuju (TS), sangat tidak setuju (STS).

Untuk kepuasan kinerja dan pelayanan diberikan lima penilaian dengan bobot sebagai berikut :

- a. Jawaban *sangat setuju* diberi bobot 5, berarti penumpang *sangat puas*.
- b. Jawaban *setuju* diberi bobot 4, berarti penumpang *puas*.
- c. Jawaban *kurang setuju* diberi bobot 3, berarti penumpang *kurang puas*.
- d. Jawaban *tidak setuju* diberi bobot 2, berarti penumpang *tidak puas*.
- e. Jawaban *sangat tidak setuju* diberi bobot 1, berarti penumpang *sangat tidak puas*.

Penyusunan instrumen penelitian ini adalah sebagai berikut:

**a. Kepuasan**

Instrumen kepuasan disusun berdasarkan indikator-indikator sebagai berikut:

1. Jadwal Perjalanan
2. Sikap Karyawan

Tabel 3.1 Kisi-kisi indikator dari kepuasan customer KA Taksaka

No	Indikator Pertanyaan	Nomer Item
1	Jadwal perjalanan	1, 2
2	Sikap karyawan	3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10

**b. Persepsi atau Brain Image**

Instrumen persepsi disusun berdasarkan indikator-indikator sebagai berikut:

1. Merk atau Label
2. Mutu Pelayanan

Tabel 3.2. Kisi-kisi indikator persepsi atau brain image KA Taksaka

No	Indikator Pertanyaan	Nomor Item
1	Label atau Merk	1, 2, 3, 4, 5
2	Mutu Pelayanan	6, 7, 8, 9, 10

### c. Motivasi

Instrumen motivasi didasarkan indikator-indikator sebagai berikut:

1. Tarif
2. Lingkungan

Tabel 3.3. Kisi-kisi indikator dari motivasi menggunakan KA Taksaka

No	Indikator Pertanyaan	Nomor Item
1	Tarif	1, 2, 3, 4, 5, 6
2	Lingkungan	7, 8, 9, 10

## BAB V

### HASIL DAN PEMBARASAN

#### 5.1 Analisis Data

Dalam menganalisis data penelitian ini digunakan metode deskriptif kualitatif. Faktor dalam penelitian ini adalah persepsi dan motivasi diduga mempengaruhi tingkat kepuasan penumpang KA Taksaka. Dari faktor yang diamati, ingin diketahui sejauh mana hubungan antar faktor-faktor tersebut dalam hal ini faktor persepsi (merk atau label, mutu pelayanan) dan faktor motivasi (tarif, lingkungan sosial) serta faktor kepuasan (jadwal perjalanan, sikap karyawan, fasilitas) yang sudah ditetapkan, apakah ada pengaruh atau tidak ada pengaruh.

#### 5.2 Pembahasan

Data yang diperoleh dari koesioner sebelum dipergunakan untuk analisis selanjutnya terlebih dahulu diuji kesahihan (validitas) dan keandalannya (reliabilitas). Kemudian dilanjutkan dengan analisis Log-linier.

**Tabel 5.1 Hasil Analisis Kevalidan Dari Faktor Kepuasan, Persepsi dan Motivasi**

No	Indikator Pertanyaan	Koefisien Korelasi	Keterangan
<b>A. Kepuasan</b>			
1	Anda memilih KA Taksaka karena jadwal kedatangan dan waktu tiba selalu tepat	0.3864	Valid
2	Waktu perjalanan KA Taksaka lebih cepat mencapai tujuan	0.4361	Valid
3	KA Taksaka mampu menangani secara cepat permasalahan yang disampaikan penumpang ( <i>customer</i> )	0.5765	Valid



4	Karyawan memberikan pelayanan yang ramah serta selalu siap menolong	0.6143	Valid
5	Karyawan melakukan komunikasi yang efektif dengan penumpang	0.3800	Valid
6	Karyawan memberikan perhatian secara individu kepada penumpang	0.3275	Valid
7	KA Taksaka bertanggung jawab terhadap keamanan dan kenyamanan penumpang	0.4008	Valid
8	Karyawan selalu berpenampilan rapi	0.4970	Valid
9	Sebelum berangkat gerbong kereta dalam keadaan bersih	0.5247	Valid
10	Penataan eksterior dan interior kereta yang baik	0.3323	Valid
	<b>B. Persepsi</b>		
1	Anda sering membandingkan KA Eksekutif satu dengan lainnya dan KA Taksaka yang paling nyaman	0.4191	Valid
2	Anda percaya ada KA Eksekutif lain yang lebih bagus dari KA Taksaka	0.3161	Valid
3	KA Taksaka dianggap jasa transportasi kelas dua setelah pesawat	0.3412	Valid
4	Anda menggunakan jasa transportasi kereta api karena masyarakat banyak yang memakainya	0.4581	Valid
5	KA Taksaka memiliki identitas sendiri yang bagus dari segi fasilitas	0.4342	Valid
6	Dari segi mutu pelayanan anda lebih percaya KA Taksaka dibanding KA Eksekutif lainnya	0.4392	Valid
7	KA Taksaka memiliki kualitas pelayanan setara dengan KA Eksekutif lainnya	0.3519	Valid
8	Fasilitas dan pelayanan KA Taksaka tidak kalah bersaing dengan KA eksekutif lainnya	0.3442	Valid
9	Persepsi anda berbeda terhadap KA Taksaka jika melihat sesama KA Eksekutif lainnya	0.5115	Valid
10	KA Taksaka termasuk alternatif anda untuk menggunakannya sebagai jasa transportasi	0.2387	Valid
	<b>C. Motivasi</b>		
1	Anda memilih KA Taksaka karena tarifnya sesuai dengan pelayanan yang diberikan	0.3250	Valid
2	KA Taksaka lebih murah tarifnya dibandingkan KA Eksekutif lainnya	0.3753	Valid
3	Tarif KA Taksaka sebanding dengan fasilitas yang didapatkan	0.4070	Valid
4	Tarif KA Taksaka sesuai dengan tingkat pendapatan anda	0.2607	Valid
5	Fasilitas KA Taksaka diatas rata-rata KA Eksekutif lainnya	0.5206	Valid
6	Fasilitas menjadi alasan kedua setelah tarif dalam menggunakan KA Taksaka	0.4475	Valid
7	Anda tertarik menggunakan KA Taksaka karena lebih aman dan nyaman	0.4016	Valid
8	Tempat anda bekerja dan rumah lebih dominan dalam menentukan penggunaan Kereta Api	0.3438	Valid
9	Lingkungan anda mempunyai pengaruh besar terhadap penggunaan KA Taksaka	0.3772	Valid
10	Motivasi anda menggunakan KA Taksaka lebih besar dibanding dengan KA Eksekutif lainnya	0.4630	Valid

### 5.2.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

#### A. Aspek Kepuasan

##### Uji Validitas

$H_0$  : Skor butir berkorelasi positif dengan skor faktornya

$H_1$  : Skor butir tidak berkorelasi positif dengan skor faktornya

$\alpha$  : 0,05

Daerah kritik

$$R_{\text{hasil positif}} < r_{\text{tabel}}$$

Statistik Uji

Dengan bantuan SPSS, yaitu  $R_{\text{hasil}}$  dapat dilihat pada kolom CORRECTED ITEM-TOTAL CORRELATION pada output komputer.

Kesimpulan

Jika  $R_{\text{hasil positif}} > r_{\text{tabel}} = 0,1292$ , maka butir tersebut adalah Valid

Jika  $R_{\text{hasil positif}} < r_{\text{tabel}}$ , maka butir tersebut adalah Tidak Valid

Terlihat dari kesepuluh butir pertanyaan tidak ada satu butir pun yang nilainya dibawah 0,1292.

Jika nanti ditemukan ada butir yang tidak valid, maka butir yang tidak valid tersebut harus dikeluarkan, dan proses analisis diulang untuk butir yang valid saja.

**Uji Reliabilitas**

$H_0$  : Skor butir berkorelasi positif dengan komposit faktornya.

$H_1$  : Skor butir tidak berkorelasi positif dengan komposit faktornya.

$\alpha$  : 0.05

Daerah Kritik

$$R_{\alpha} \text{ positif} < r_{\text{tabel}} = 0,1292$$

Statistik Uji

Dengan menggunakan SPSS, yaitu angka  $R_{\alpha} = 0,7802$  dapat dilihat pada akhir output komputer.

Kesimpulan

Jika  $R_{\alpha} \text{ positif} = 0,7802 > r_{\text{tabel}} = 0,1292$ , maka butir tersebut adalah Reliabel

Dengan demikian, setelah melewati satu putaran, maka kesepuluh butir untuk mengukur Aspek Kepuasan adalah VALID dan RELIABEL.

**B. Aspek Persepsi atau Brain Image**

**Uji Validitas**

$H_0$  : Skor butir berkorelasi positif dengan skor faktornya

$H_1$  : Skor butir tidak berkorelasi positif dengan skor faktornya

$\alpha$  : 0,05

Daerah kritik

$$R_{\text{hasil}} \text{ positif} < r_{\text{tabel}} = 0,1292$$

### Statistik Uji

Dengan bantuan SPSS, yaitu  $R_{\text{hasil}}$  dapat dilihat pada kolom CORRECTED ITEM-TOTAL CORRELATION pada output komputer.

### Kesimpulan

Jika  $R_{\text{hasil}} \text{ positif} > r_{\text{tabel}} = 0,1292$ , maka butir tersebut adalah Valid

Jika  $R_{\text{hasil}} \text{ positif} < r_{\text{tabel}}$ , maka butir tersebut adalah Tidak Valid

Terlihat dari kesepuluh butir pertanyaan tidak ada satu butir pun yang nilainya dibawah 0,1292.

Jika nanti ditemukan ada butir yang tidak valid, maka butir yang tidak valid tersebut harus dikeluarkan, dan proses analisis diulang untuk butir yang valid saja.

### Uji Reliabilitas

$H_0$  : Skor butir berkorelasi positif dengan komposit faktornya.

$H_1$  : Skor butir tidak berkorelasi positif dengan komposit faktornya.

$\alpha$  : 0.05

Daerah Kritik

$$R_{\text{alpha}} \text{ positif} < r_{\text{tabel}} = 0,1292$$

### Statistik Uji

Dengan menggunakan SPSS, yaitu angka  $R_{\text{alpha}} = 0,7252$  dapat dilihat pada akhir output komputer.

### Kesimpulan

Jika  $R_{\text{alpha positif}} = 0,7252 > r_{\text{tabel}} = 0,1292$ , maka butir tersebut adalah Reliabel

Dengan demikian, setelah melewati satu putaran, maka kesepuluh butir untuk mengukur Aspek Kepuasan adalah VALID dan RELIABEL.

### C. Aspek Motivasi

#### Uji Validitas

$H_0$  : Skor butir berkorelasi positif dengan skor faktornya

$H_1$  : Skor butir tidak berkorelasi positif dengan skor faktornya

$\alpha$  : 0,05

Daerah kritik

$R_{\text{hasil positif}} < r_{\text{tabel}} = 0,1292$

Statistik Uji

Dengan bantuan SPSS, yaitu  $R_{\text{hasil}}$  dapat dilihat pada kolom CORRECTED ITEM-TOTAL CORRELATION pada output komputer.

Kesimpulan

Jika  $R_{\text{hasil positif}} > r_{\text{tabel}} = 0,1292$ , maka butir tersebut adalah Valid

Jika  $R_{\text{hasil positif}} < r_{\text{tabel}}$ , maka butir tersebut adalah Tidak Valid

Terlihat dari kesepuluh butir pertanyaan tidak ada satu butir pun yang nilainya dibawah 0,1292.

Jika nanti ditemukan ada butir yang tidak valid, maka butir yang tidak valid tersebut harus dikeluarkan, dan proses analisis diulang untuk butir yang valid saja.

### Uji Reliabilitas

$H_0$  : Skor butir berkorelasi positif dengan komposit faktornya.

$H_1$  : Skor butir tidak berkorelasi positif dengan komposit faktornya.

$\alpha$  : 0.05

Daerah Kritik

$$R_{\alpha} \text{ positif} < r_{\text{tabel}} = 0,1292$$

Statistik Uji

Dengan menggunakan SPSS, yaitu angka  $R_{\alpha} = 0,7331$  dapat dilihat pada akhir output komputer.

Kesimpulan

Jika  $R_{\alpha} \text{ positif} = 0,7331 > r_{\text{tabel}} = 0,1292$ , maka butir tersebut adalah Reliabel

Dengan demikian, setelah melewati satu putaran, maka kesepuluh butir untuk mengukur Aspek Kepuasan adalah VALID dan RELIABEL.

Dengan demikian setelah dilakukan uji Validitas dan Reliabilitas didapatkan bahwa:

1. Aspek Kepuasan dari 10 butir pertanyaan, semuanya adalah valid dan reliabel.
2. Aspek Persepsi dari 10 butir pertanyaan, semuanya valid dan reliabel.
3. Aspek Motivasi dari 10 butir pertanyaan, semuanya juga valid dan reliabel.

### 5.2.2. Klasifikasi Responden

#### A. Menurut Jenis kelamin

Tabel 5.2. Klasifikasi responden menurut jenis kelamin

Keterangan	Jumlah Responden	
	Angka	Persen
LAKI-LAKI	44	44%
PEREMPUAN	56	56%
<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber : data primer

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 100 jumlah responden ternyata kelompok terbesar adalah berjenis kelamin perempuan sebanyak 56 orang sedangkan jumlah responden laki-laki sebanyak 44 orang.

#### B. Menurut Usia / Umur

Tabel 5.3. Klasifikasi responden menurut umur

Keterangan	Jumlah Responden	
	Angka	Persen
15 – 24 tahun	24	24%
25 – 34 tahun	31	31%
35 – 44 tahun	14	14%
45 – 55 tahun	23	23%
55 tahun keatas	8	8%
<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber : data primer

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 100 jumlah responden ternyata kelompok terbesar diisi oleh usia antara 25 – 34 tahun yaitu sebanyak 31 responden disusul usia antara 15 – 24 tahun diurutan kedua sebanyak 24 responden. Dan yang paling akhir adalah usia 55 tahun keatas dengan jumlah responden sebanyak 8 orang.

### C. Menurut Jenis Pekerjaan

Tabel 5.4. Klasifikasi responden menurut jenis pekerjaan

Keterangan	Jumlah Responden	
	Angka	Persen
Pelajar/Mahasiswa	22	22%
Wiraswasta/Pedagang	17	17%
Ibu Rumah Tangga	9	9%
Karyawan perusahaan	30	30%
ABRI/PNS/Pegawai Biasa	22	22%
<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

*Sumber : data primer*

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 100 jumlah responden ternyata kelompok terbesar responden berpekerjaan Karyawan Perusahaan dan yang terakhir Ibu Rumah Tangga sebanyak 9 responden.

### D. Menurut Tingkat Pendapatan

Tabel 5.5. Klasifikasi responden menurut tingkat pendapatan

Keterangan	Jumlah Responden	
	Angka	Persen
Kurang dari Rp.500.000	5	5%
Rp.500.000 – Rp1.000.000	15	15%
Rp.1.000.000 – Rp.1.500.000	26	26%
Rp.1.500.000 – Rp.2.000.000	34	34%
Lebih dari Rp.2.000.000	20	20%
<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

*Sumber : data primer*

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 100 jumlah responden ternyata kelompok terbesar responden berpenghasilan antara Rp.1.500.000 – Rp.2.000.000 sebanyak 34 responden diurutan kedua kelompok berpenghasilan Rp.1.000.000 – Rp.1.500.000 sebanyak 26 responden.

### E. Menurut Tingkat Pendidikan

Tabel 5.6. Klasifikasi responden menurut tingkat pendidikan

Keterangan	Jumlah Responden	
	Angka	Persen
S D	1	1%
S L T P	1	1%
S L T A	32	32%
Akademi (D3)	10	10%
Strata Satu (S1)	53	53%
Strata Dua (S2)	3	3%
<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

*Sumber : data primer*

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 100 jumlah responden ternyata kelompok terbesar responden berpendidikan terakhir Strata Satu (S1) sebanyak 53 orang disusul berpendidikan SLTA sebanyak 32 orang.

### 5.2.3. Penghitungan Data

Dari data yang dikumpulkan, selanjutnya akan dilakukan pengolahan data. Pada intinya pengolahan data dimaksudkan untuk mengetahui apakah *brain image* (persepsi) dan motivasi konsumen mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen itu sendiri.

- **Kepuasan dengan Brain Image**

Tabel 5.7. Kontingensi kepuasan dan brain image

KATEGORI		BRAIN IMAGE				JUMLAH
		2	3	4	5	
KEPUASAN	1	0	0	0	0	0
	2	1	6	5	0	12
	3	2	22	23	0	47
	4	0	12	25	2	39
	5	0	0	2	0	2
JUMLAH		3	40	55	2	100

Sumber : data primer

Keterangan:

1 : menyatakan sangat tidak puas (ST)

2 : menyatakan tidak puas (TP)

3 : menyatakan kurang puas (KP)

4 : menyatakan puas (P)

5 : menyatakan sangat puas (SP)

Karena terdapat nilai sel yang dibawah nilai 5; maka dilakukan pelipatan data pada kolom 2 ke kolom 3, kolom ke 5 ke kolom 4, baris 1 ke baris 2 dan baris 5 ke baris ke 4

Tabel 5.8. Kontingensi kepuasan dan persepsi

KATEGORI		PERSEPSI		JUMLAH
		1	2	
KEPUASAN	1	7	5	12
	2	24	23	47
	3	12	29	41
JUMLAH		43	57	100

Menghitung frekuensi yang diharapkan ( $f_h$ ) pada tabel kepuasan dan *brain image*:

$$f_{h11}: \frac{12 \times 43}{100} = 5,16 \quad f_{h12}: \frac{12 \times 57}{100} = 6,84$$

$$f_{h21}: \frac{47 \times 43}{100} = 20,21 \quad f_{h22}: \frac{47 \times 57}{100} = 26,79$$

$$f_{h31}: \frac{41 \times 43}{100} = 17,63 \quad f_{h32}: \frac{41 \times 57}{100} = 23,37$$

Tabel kerja untuk mencari chi kuadrat ada dibawah ini :

Tabel 5.9. Harga harapan untuk kepuasan dan motivasi

		PERSEPSI		JUMLAH
		1	2	
KEPUASAN	1	5,16	6,84	12
	2	20,21	26,79	47
	3	17,63	23,37	41
JUMLAH		43	57	100

Keterangan:

Untuk Kepuasan

1 = menyatakan tidak puas

2 = menyatakan kurang puas

3 = menyatakan puas

Untuk Persepsi

1 = menyatakan tidak puas

2 = menyatakan puas

Ho : *brain image* atau persepsi tidak berpengaruh terhadap kepuasan penumpang KA Taksaka.

Hi : *brain image* atau persepsi berpengaruh terhadap kepuasan penumpang KA Taksaka

Nilai chi kuadrat, adalah :

$$\chi^2 = \sum_{j=1}^k \sum_{i=1}^b \frac{\{nn_{ij} - E(n_{ij})\}^2}{E(n_{ij})}$$

$$= \frac{(7 - 5,16)^2}{5,16} + \frac{(5 - 6,86)^2}{6,86} + \dots + \frac{(29 - 23,37)^2}{23,37} = 5,552$$

Nilai  $\chi^2$  (chi kuadrat) = 5,552 ini kita bandingkan dengan nilai  $\chi^2$  h pada tabel chi kuadrat dengan derajat bebas (db) = 2, angka ini didapat dari menghitung jumlah baris dan kolom. Rumus db. = (baris-1) x (kolom-1)

Nilai  $\chi^2$  h pada tabel dengan db=2 dan tingkat keyakinan 95% adalah 5,991; setelah dibandingkan antara  $\chi^2$  hitung ternyata lebih kecil dengan  $\chi^2$  tabel ( 5,552 > 5,991) sehingga  $H_0$  diterima. Hal ini menunjukkan bahwa *brain image* atau persepsi tentang KA Taksaka tidak berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan atau penumpang KA Taksaka.

- **Kepuasan dengan Motivasi**

Tabel 5.10. Kontingensi kepuasan dan motivasi

KATEGORI		MOTIVASI				JUMLAH
		2	3	4	5	
KEPUASAN	1	0	0	0	0	0
	2	0	4	1	0	5
	3	1	33	19	1	54
	4	0	10	28	1	39
	5	0	0	1	1	2
JUMLAH		1	52	44	3	100

Sumber : data primer

Karena terdapat nilai sel yang dibawah nilai 5; maka dilakukan pelipatan data pada kolom 2 ke kolom 3, kolom ke 5 ke kolom 4, baris 1, 2 ke baris 3, baris 5 ke baris 4.

Tabel 5.11. Kontingensi kepuasan dan motivasi

KATEGORI		KEPUASAN		JUMLAH
		1	2	
MOTIVASI	1	38	21	59
	2	10	31	41
JUMLAH		48	52	100

Keterangan : 1 = menyatakan tidak puas

2 = menyatakan puas

Menghitung frekuensi yang diharapkan ( $f_h$ ) pada tabel kepuasan dan motivasi :

$$f_{h11}: \frac{59 \times 48}{100} = 28,32 \qquad f_{h12}: \frac{59 \times 52}{100} = 30,68$$

$$f_{h21}: \frac{41 \times 48}{100} = 19,68 \qquad f_{h22}: \frac{41 \times 52}{100} = 21,32$$

Tabel kerja untuk mencari chi kuadrat ada dibawah ini :

Tabel 5.12. harga harapan untuk kepuasan dan motivasi

KATEGORI		KEPUASAN		JUMLAH
		1	2	
MOTIVASI	1	28,32	30,68	59
	2	19,68	21,32	41
JUMLAH		48	52	100

Ho : motivasi atau dorongan menggunakan KA Taksaka tidak berpengaruh terhadap kepuasan penumpang KA Taksaka.

Hi : motivasi atau dorongan menggunakan KA Taksaka berpengaruh terhadap kepuasan penumpang KA Taksaka.

Nilai chi kuadrat, adalah :

$$\chi^2 = \frac{(38 - 28,32)^2}{28,32} + \frac{(21 - 30,68)^2}{30,68} + \dots + \frac{(31 - 21,32)^2}{21,32} = 15,519$$

Nilai  $\chi^2$  (chi kuadrat) = 15,519 ini kita bandingkan dengan nilai  $\chi^2$  h pada tabel chi kuadrat dengan derajat bebas (db) = 1. Nilai  $\chi^2$  h pada tabel dengan db=1 dan tingkat keyakinan 95% adalah, setelah dibandingkan antara  $\chi^2$  hitung ternyata lebih besar dengan  $\chi^2$  tabel (15,519 > 3,841), sehingga  $H_0$  ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa motivasi atau dorongan untuk menggunakan KA Taksaka berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan atau Penumpang KA Taksaka itu sendiri.

- **Brain Image dengan Motivasi**

Tabel 5.13. Kontingensi brain image dan motivasi

KATEGORI		MOTIVASI				JUMLAH
		2	3	4	5	
BRAIN IMAGE	2	0	1	2	0	3
	3	0	28	12	1	41
	4	1	18	34	1	54
	5	0	0	1	1	2
JUMLAH		1	47	49	3	100

Sumber : data primer

Karena terdapat nilai sel yang dibawah nilai 5; maka dilakukan pelipatan data pada kolom 2 ke kolom 3, kolom ke 5 ke kolom 4, baris 1, 2 ke baris 3, dan baris 5 ke baris 3.

Tabel 5.14. Kontingensi brain image dan motivasi

KATEGORI		MOTIVASI		JUMLAH
		1	2	
BRAIN IMAGE	1	29	15	44
	2	19	37	56
JUMLAH		48	52	100

Keterangan :

1 = menyatakan tidak puas

2 = menyatakan puas

Menghitung frekuensi yang diharapkan ( $f_h$ ) pada tabel *brain image* dan motivasi:

$$f_{h\ 11}: \frac{44 \times 48}{100} = 21,12$$

$$f_{h\ 12}: \frac{44 \times 52}{100} = 22,88$$

$$f_{h\ 21}: \frac{56 \times 48}{100} = 26,88$$

$$f_{h\ 22}: \frac{56 \times 52}{100} = 20,72$$

Tabel kerja untuk mencari chi kuadrat ada dibawah ini :

Tabel 5.15. harga harapan untuk *brain image* dan motivasi

KATEGORI		MOTIVASI		JUMLAH
		1	2	
BRAIN IMAGE	1	21,12	22,88	44
	2	26,88	20,72	56
JUMLAH		48	52	100

Ho: *brain image* tidak berpengaruh terhadap motivasi penumpang untuk menggunakan KA Taksaka.

Hi: *brain image* berpengaruh terhadap motivasi penumpang untuk menggunakan KA Taksaka.

Nilai chi kuadrat, adalah :

$$\chi^2 = \frac{(29 - 21,12)^2}{21,12} + \frac{(15 - 22,88)^2}{22,88} + \dots + \frac{(37 - 20,72)^2}{20,72} = 20,755$$

Nilai  $\chi^2$  (chi kuadrat) = 20,755 ini kita bandingkan dengan nilai  $\chi^2$  h pada tabel chi kuadrat dengan derajat bebas (db) = 1. Nilai  $\chi^2$  h pada tabel dengan db=1 dan tingkat keyakinan 95% adalah 3,841. Setelah dibandingkan antara  $\chi^2$  hitung ternyata lebih besar dengan  $\chi^2$  tabel ( $20,755 > 3,841$ ), sehingga Ho ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa *brain image* (persepsi) berpengaruh dengan motivasi untuk menggunakan KA Taksaka.

- Pembahasan Pada Uji Log Linier

### A. Pengujian Efek K – Faktor

#### 1. Hasil pengujian untuk order K-faktor atau lebih = 0

K	DF	L.R.Chisq	Prob	Pearson Chisq	Prob
3	8	5.777	0.6722	5.042	0.7531
2	20	51.209	0.0001	61.236	0.0000
1	26	208.368	0.0000	262.340	0.0000

Untuk K = 3

$$H_0 : U_{123} = 0 \quad \text{vs} \quad H_1 : \overline{H_0}$$

dengan daerah penolakan probabilitas  $< \alpha$ , dengan alpha sebesar 5% (0,05) ternyata  $P = 0,7531 > 0,05$ ; sehingga  $H_0$  diterima artinya tidak terdapat interaksi 3 faktor atau lebih dalam model.

Untuk K = 2

$$H_0 : U_{12} = U_{13} = U_{23} = U_{123} = 0 \quad \text{vs} \quad H_1 : \overline{H_0}$$

dengan alpha sebesar 5% (0,05) ternyata  $P = 0,0000 < 0,05$ ; sehingga  $H_0$  ditolak artinya terdapat efek iterasi 2 faktor atau lebih dalam model.

Untuk K = 1

$$H_0 : U_1 = U_2 = U_3 = U_{12} = U_{13} = U_{23} = U_{123} = 0 \quad \text{vs} \quad H_1 : \overline{H_0}$$

dengan alpha sebesar 5% (0,05) ternyata  $P = 0,0000 < 0,05$ ; sehingga  $H_0$  ditolak artinya terdapat efek 1 faktor atau lebih dalam model.

#### 2. Hasil Pengujian untuk order K-faktor = 0

K	DF	L.R.Chisq	Prob	Pearson Chisq	Prob
1	6	157.160	0.0000	201.104	0.0000
2	12	45.432	0.0000	56.193	0.0000
3	8	5.777	0.6722	5.042	0.7531

Untuk  $K = 1$

$$H_0 : U_1 = U_2 = U_3 = 0 \quad \text{vs} \quad H_1 : \overline{H_0}$$

dengan alpha sebesar 5% (0,05) ternyata  $P = 0,0000$ ; sehingga  $H_0$  ditolak artinya terdapat efek 1 faktor.

Untuk  $K = 2$

$$H_0 : U_1 = U_2 = U_3 = U_{12} = U_{13} = U_{23} = 0 \quad \text{vs} \quad H_1 : \overline{H_0}$$

dengan alpha sebesar 5% (0,05) ternyata  $P = 0,0001 < 0,05$ ; sehingga  $H_0$  ditolak artinya terdapat efek interaksi 2 faktor.

Untuk  $K = 3$

$$H_0 : U_1 = U_2 = U_3 = U_{12} = U_{13} = U_{23} = U_{123} = 0 \quad \text{vs} \quad H_1 : \overline{H_0}$$

dengan alpha sebesar 5% (0,05) ternyata  $P = 0,8556 > 0,05$ ; sehingga  $H_0$  diterima artinya tidak terdapat efek interaksi 3 faktor.

Kesimpulan yang didapat dari uji K-faktor diatas adalah model yang sesuai

$$\log m_{ijk} = U + U_{1(i)} + U_{2(j)} + U_{3(k)} + U_{12(ij)} + U_{13(ik)} + U_{23(jk)} = 0$$

## B. Pengujian Asosiasi Parsial

Pengujian asosiasi parsial berguna untuk menguji apakah suatu variable signifikan di dalam model.

$H_0$  : sampel efek U signifikan di dalam model

$H_1$  : sampel efek U tidak signifikan di dalam model

dengan alpha 5% ternyata  $P = 0,8243 > 0,05$  sehingga  $H_0$  diterima berarti model 1 adalah terbaik.

Perubahan nilai L.R.Chisq, jika salah satu efek dikeluarkan dari model

Efek yang dikeluarkan	DF	Parcial Chisq	Prob
Kepuasan*Persepsi	4	6,392	0,1717
Kepuasan*Motivasi	4	22,004	0,0002
Persepsi*Motivasi	4	12,674	0,0130

Dari tabel diatas terlihat bahwa untuk interaksi 2 faktor Kepuasan\*Persepsi tidak masuk dalam model karena  $P = 0,1717 > 0,05$  sehingga menjadi model 2:

$$\log m_{ijk} = U + U_{1(i)} + U_{2(j)} + U_{3(k)} + U_{13(ik)} + U_{23(jk)}$$

## STEP 2

Model 2 adalah model terbaik

$$H_0: [13] [23] = \text{model terbaik} \quad \text{vs} \quad H_1: [12] [13] [23] = \text{model terbaik}$$

dengan alpha 5% ternyata  $P = 0,432 > 0,05$  sehingga  $H_0$  diterima berarti model 2 adalah terbaik

perubahan nilai L.R.Chisq, jika salah satu efek dikeluarkan dari model

Efek yang dikeluarkan	DF	Partial Chisq	Prob
Kepuasan*Motivasi	4	24,185	0,0001
Persepsi*Motivasi	4	14,855	0,0050

Dari tabel diatas terlihat bahwa untuk interaksi 2 faktor Kepuasan\*Motivasi masuk dalam model karena  $P = 0,0001 < 0,05$  dan Persepsi\*Motivasi juga masuk dalam model karena  $P = 0,0050 < 0,05$  sehingga model 2 adalah model yang terakhir atau terbaik.:

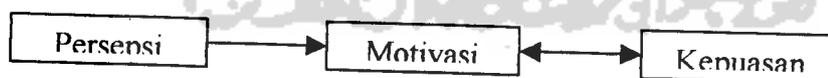
$$\log m_{ijk} = U + U_{1(i)} + U_{2(j)} + U_{3(k)} + U_{13(ik)} + U_{23(jk)}$$

Kesimpulan yang didapat dari test ini adalah bahwa variabel Kepuasan\*Persepsi tidak saling mempengaruhi (independen).

Hal-hal yang dapat ditarik kesimpulan dari pengolahan data diatas adalah dari 100 responden tercatat bahwa penumpang yang pernah merasakan pelayanan KA Taksaka mayoritas perempuan, dengan rentang (kelompok) usia 25 –34 tahun sebanyak 31 orang responden, berpekerjaan sebagai karyawan perusahaan sebanyak 30 orang dan berpenghasilan antara Rp.1.500.000 s/d Rp.2.000.000 perbulan.

Dari hitungan ketiga variabel diatas terdapat variabel Kepuasan\*Motivasi dan variabel Persepsi\*Motivasi yang berpengaruh sehingga dapat dikatakan ada hubungan (dependen). Hal ini terjadi karena responden cenderung memiliki persepsi yang berbeda terhadap KA Taksaka dibandingkan KA Eksekutif lainnya dan motivasi penumpang menggunakan KA Taksaka besar disebabkan karena tarifnya relatif murah serta mendapatkan fasilitas dan pelayanan yang sama bila dibandingkan dengan KA Eksekutif lainnya.

Dari hal diatas dapat diterjemahkan dalam suatu pola hubungan sebagai berikut:



Gambar 5.1 Pola hubungan persepsi, motivasi dan kepuasan

Artinya : Jika seseorang atau suatu organisasi ingin memuaskan suatu kebutuhan, pemuasannya dipandang “kuat” maka motivasi untuk bertindak agar kebutuhan dipenuhi akan kuat pula dan sebaliknya. Persepsi seseorang tentang kebutuhannya akan mempengaruhi motivasi untuk bertindak (sesuai teori Siagian, 1983)

Terlihat atau dapat ditarik kesimpulan bahwa sebagian penumpang termotivasi menggunakan KA Taksaka karena tarifnya relatif murah, lingkungan sekitar (keluarga, letak stasiun dan lain-lain) mendukung serta menganggap KA Taksaka memiliki persepsi lebih bagus atau baik dibandingkan KA Eksekutif lainnya dari segi pelayanan, fasilitas, keamanan dan kenyamanan sehingga penumpang termotivasi untuk memilih KA Taksaka sebagai jasa transportasi.

- **Pengukuran Kekuatan Hubungan**

Tujuan pengukuran ini agar dapat diketahui apakah benar-benar ada hubungan dalam dua variabel dan seberapa kuat hubungan tersebut. Ini dapat dilihat melalui *contingency coefficient* dalam output komputer lampiran 7.

Analisis :

A. Kepuasan dengan Persepsi

Terlihat koefisien kontingensi adalah 0,313 dengan tingkat signifikansi 0,288.

Hal ini berarti:

1. Benar-benar tidak ada hubungan antara kepuasan dengan persepsi (angka signifikansi di atas 0,05).

B. Kepuasan dengan Motivasi

Terlihat koefisien kontingensi adalah 0,534 dengan tingkat signifikansi 0,000.

Hal ini berarti:

1. Benar-benar ada hubungan antara kepuasan dengan motivasi (angka signifikansi di bawah 0,05).

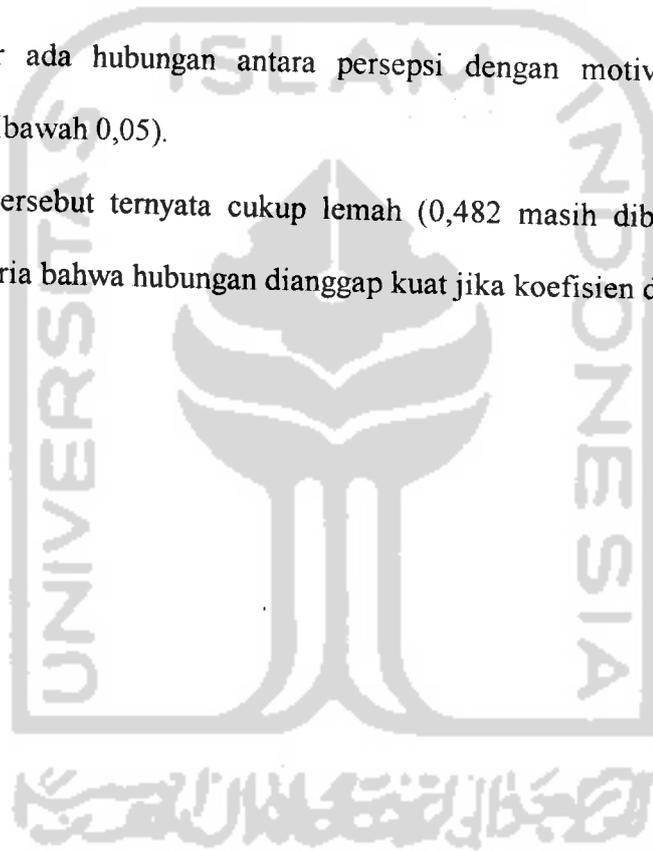
2. Hubungan tersebut ternyata cukup kuat (0,538 di atas 0,5) dengan kriteria bahwa hubungan dianggap kuat jika koefisien diatas 0,5.

### C. Persepsi dengan Motivasi

Terlihat koefisien kontingensi adalah 0,480 dengan tingkat signifikansi 0,000.

Hal ini berarti:

1. Benar-benar ada hubungan antara persepsi dengan motivasi (angka signifikan dibawah 0,05).
2. Hubungan tersebut ternyata cukup lemah (0,482 masih dibawah 0,5), dengan kriteria bahwa hubungan dianggap kuat jika koefisien diatas 0,5.



## BAB VI

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 6.1. Kesimpulan

Berdasarkan uraian dan pembahasan pada bab-bab sebelumnya maka dalam penyusunan laporan ini dapat ditarik kesimpulan tentang tingkat kepuasan penumpang dengan *brain image* (persepsi) dan motivasi menggunakan KA Taksaka sebagai berikut :

1. Aspek Kepuasan

Penumpang cenderung puas untuk jadwal kedatangan, waktu tiba selalu tepat dan keramahan karyawan dalam memberikan pelayanan.

2. Aspek Persepsi

Penumpang cenderung mempunyai persepsi yang baik terhadap mutu pelayanan yang diberikan KA Taksaka karena tidak kalah bersaing dengan KA Eksekutif lainnya.

3. Aspek Motivasi

Penumpang termotivasi untuk menggunakan KA aksaka karena tarifnya relatif murah dan mendapatkan fasilitas dan pelayanan yang baik.

4. Tidak terdapat hubungan antara kepuasan dengan *brain image* (persepsi) seseorang terhadap KA Taksaka hal ini diperkuat dengan data yang menyatakan bahwa mayoritas responden menjawab kurang puas mengenai kepuasan dan *brain image* (persepsi) KA Taksaka.

5. Terdapat hubungan antara kepuasan dengan motivasi menggunakan KA Taksaka hal ini diperkuat dengan data yang menyatakan bahwa mayoritas responden menjawab puas mengenai motivasi mereka menggunakan KA Taksaka. Hubungan tersebut ternyata cukup kuat.
6. Terdapat hubungan antara *brain image* (persepsi) dengan motivasi seseorang terhadap KA Taksaka hal ini juga diperkuat dengan data yang menyatakan bahwa mayoritas reponden menjawab puas mengenai persepsi dan motivasi menggunakan KA Taksaka. Hubungan tersebut cukup lemah.

Dari data diatas terungkap bahwa masyarakat memiliki persepsi yang berbeda terhadap KA Taksaka dibandingkan KA Eksekutif lainnya dan memiliki motivasi yang tinggi untuk memutuskan KA Taksaka dipilih sebagai jasa alternatif. Ini bisa ditinjau dari harga karcis atau tarif, dengan harga karcis yang relatif murah penumpang mendapatkan fasilitas, pelayanan dan kenyamanan yang sama antara KA Eksekutif lainnya.

## 6.2.Saran

Berdasarkan dari kesimpulan diatas ada beberapa sekiranya saran yang mungkin bermanfaat bagi PT. KAI DAOP VI Yogyakarta antara lain perlu lebih dikembangkan lagi riset pemasaran melalui promosi atau iklan untuk KA Taksaka agar dapat memberikan kesan dan bukti nyata yang baik pada masyarakat bahwa KA Taksaka layak digunakan untuk jasa transportasi (tidak kalah dengan KA

Eksekutif lainnya). Peningkatan promosi secara kontinyu ke beberapa segmen pasar agar diperoleh persepsi (*image*) yang baik dikalangan masyarakat umum, peningkatan pelayanan (*service*) kepada penumpang untuk mendapatkan nilai plus dimata masyarakat khususnya penumpang KA Taksaka. Peningkatan kualitas karyawan dalam menangani keluhan penumpang dan kebersihan gerbong terutama WC perlu mendapatkan perhatian yang serius, karena masih terdengar keluhan dari penumpang KA Taksaka.

Mengingat pemuasan kebutuhan penumpang sangat penting, terutama bagi penyedia jasa seperti PT KAI maka perlu diadakan analisis atau penelitian lebih lanjut tentang pengaruh persepsi dan motivasi terhadap kepuasan penumpang khususnya KA Taksaka. Diharapkan nantinya bisa memberikan sumbangan pemikiran dan pertimbangan lebih lanjut untuk mengatasi masalah yang dihadapi PT KAI sehingga pelayanannya lebih ditingkatkan.

*LAMPIRAN*





## SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **HADI SUSENO**  
NIPP : **22946**  
Jabatan : **Pengawas Teknis Operasi Daerah Operasi VI Yogyakarta**

Menerangkan bahwa Mahasiswa Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, Jurusan Statistika :

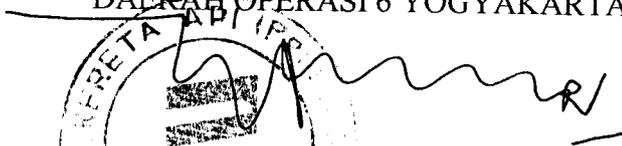
Nama : **SURYANI RAHAYU**  
NIM : **98611005**

Telah melakukan penelitian / survey / mendapatkan data di Stasiun Kereta Api Yogyakarta pada tanggal 19 s.d 31 Agustus 2002 guna kepentingan penyusunan skripsi.

Demikian agar surat keterangan ini dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 3 Februari 2003

PENGAWAS TEKNIS OPERASI  
DAERAH OPERASI 6 YOGYAKARTA,

  
  
**HADI SUSENO**  
**NIPP. 22946**

**UTAMAKAN KESELAMATAN DAN PELAYANAN**

Jl. Lempuyangan No. 1 Yogyakarta Facs. (0274) 512056, Telp. (0274) 513358 Toka 36000

## Lampiran 1

Kepada

**Bapak/Ibu/Saudara Penumpang KA Taksaka**

Di tempat.

Bersama ini kami memohon kesediaan bapak/ibu/saudara untuk menjadi responden dalam penelitian yang akan kami laksanakan. Penelitian ini merupakan tugas akhir yang harus kami lakukan sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar sarjana.

Adapun penelitian ini mengambil judul "**Hubungan Persepsi Dan Motivasi yang Mempengaruhi Kepuasan Penumpang KA Taksaka**".

Kami mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya atas kesediaan bapak/ibu/saudara menjadi responden kami.

Hormat Kami;

Suryani Rahayu

### DAFTAR PERTANYAAN

#### A. DATA RESPONDEN

Petunjuk pengisian : Berilah Tanda ( X ) untuk jawaban pilihan.

\* coret yang tidak sesuai.

Nama Responden : .....

Alamat : .....

Jenis Kelamin : (LAKI-LAKI / PEREMPUAN)\*

Usia anda sekarang\* : 1. 15 th - 24 th

2. 25 th - 34 th

3. 35 th - 44 th

4. 45 th - 54 th

5. 55 th - keatas

Pekerjaan\* : 1. Pelajar / Mahasiswa

2. Pedagang / Wiraswasta

3. Ibu Rumah Tangga

4. Karyawan Perusahaan

5. Pegawai Negeri Sipil / ABRI / Pegawai Biasa

- Penghasilan\* : 1. < Rp. 500.000  
 2. Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000  
 3. Rp. 1.000.000 - Rp. 1.500.000  
 4. Rp. 1.500.000 - Rp. 2.000.000  
 5. > Rp. 2.000.000

- Pendidikan Terakhir\* : 1. S D  
 2. S L T P  
 3. S L T A  
 4. AKADEMI (D3)  
 5. STRATA SATU (S1)  
 6. STRATA DUA (S2)

B. DAFTAR PERTANYAAN

Isilah daftar pertanyaan sesuai dengan keterangan :

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

KS = Kurang Setuju

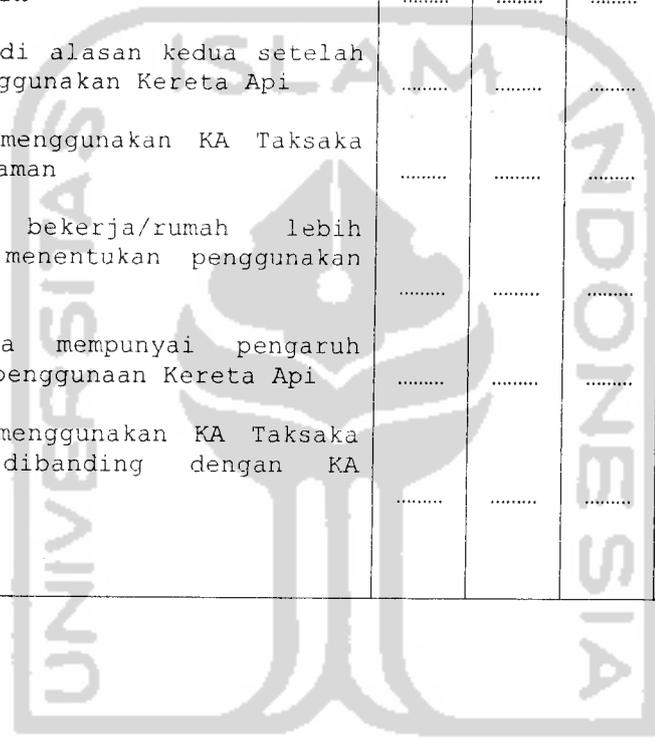
TS = Tidak Setuju

ST = Sangat Tidak Setuju

NO	P E R T A N Y A A N	SS	S	KS	TS	STS
A	<u>KEPUASAN</u>					
1	Anda memilih KA Taksaka karena jadwal kedatangan dan waktu tiba selalu tepat	.....	.....	.....	.....	.....
2	Waktu perjalanan KA Taksaka lebih cepat mencaoi tujuan.	.....	.....	.....	.....	.....
3	KA Taksaka mampu menangani secara cepat terhadap permasalahan yang disampaikan penumpang(customer)	.....	.....	.....	.....	.....
4	Karyawan memberikan pelayanan yang ramah serta selalu siap menolong	.....	.....	.....	.....	.....
5	Karyawan melakukan komunikasi yang efektif dengan penumpang	.....	.....	.....	.....	.....

6	Karyawan memberikan perhatian secara individu kepada penumpang	.....	.....	.....	.....	.....
7	KA Taksaka bertanggung jawab terhadap keamanan penumpang	.....	.....	.....	.....	.....
8	Karyawan selalu berpenampilan rapi.	.....	.....	.....	.....	.....
9	Sebelum berangkat gerbong dalam keadaan bersih	.....	.....	.....	.....	.....
10	Penataan eksterior dan interior kereta yang baik	.....	.....	.....	.....	.....
B	<b><u>PERSEPSI</u></b>					
1	Anda sering membandingkan KA Eksekutif satu dengan yang lain dan KA Taksaka yang paling bagus dan nyaman	.....	.....	.....	.....	.....
2	Anda percaya ada KA Eksekutif lain yang lebih bagus dari KA Taksaka	.....	.....	.....	.....	.....
3	KA Taksaka dianggap jasa transportasi kelas dua setelah pesawat	.....	.....	.....	.....	.....
4	Anda menggunakan jasa transportasi Kereta Api karena masyarakat banyak yang memakainya	.....	.....	.....	.....	.....
5	KA Taksaka memiliki identitas sendiri yang bagus dari segi fasilitas	.....	.....	.....	.....	.....
6	Dari segi mutu pelayanan anda lebih percaya KA Taksaka dibanding KA Eksekutif lainnya	.....	.....	.....	.....	.....
7	KA Taksaka mempunyai kualitas pelayanan setara dengan KA Eksekutif lainnya	.....	.....	.....	.....	.....
8	Fasilitas dan pelayanan KA Taksaka tidak kalah bersaing dengan KA Eksekutif lainnya	.....	.....	.....	.....	.....
9	Persepsi anda berbeda terhadap KA Taksaka jika melihat sesama KA Eksekutif lainnya	.....	.....	.....	.....	.....
10	Kereta Api termasuk alternatif anda untuk menggunakannya sebagai jasa transportasi	.....	.....	.....	.....	.....

C	<u>MOTIVASI</u>					
1	Anda memilih KA Taksaka karena tarifnya sesuai dengan pelayanan yang diberikan	.....	.....	.....	.....	.....
2	KA Taksaka lebih murah tarifnya dibandingkan KA Eksekutif lainnya	.....	.....	.....	.....	.....
3	Tarif KA Taksaka sebanding dengan fasilitas yang didapatkan	.....	.....	.....	.....	.....
4	Tarif KA Taksaka sesuai dengan tingkat pendapatan anda	.....	.....	.....	.....	.....
5	Fasilitas KA Taksaka diatas rata-rata KA Eksekutif lain	.....	.....	.....	.....	.....
6	Fasilitas menjadi alasan kedua setelah tarif dalam menggunakan Kereta Api	.....	.....	.....	.....	.....
7	Anda tertarik menggunakan KA Taksaka karena lebih nyaman	.....	.....	.....	.....	.....
8	Tempat anda bekerja/rumah lebih dominan dalam menentukan penggunaan Kereta Api	.....	.....	.....	.....	.....
9	Lingkungan anda mempunyai pengaruh besar terhadap penggunaan Kereta Api	.....	.....	.....	.....	.....
10	Motivasi anda menggunakan KA Taksaka lebih besar dibanding dengan KA Eksekutif lain	.....	.....	.....	.....	.....



Lampiran 2

KEPUASAN													
No resp	Jawaban Responden Untuk Ncmor Item										Total	Rata2	Dibulatkan
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10			
1	3	4	1	1	4	3	1	1	3	3	24	2.4	2
2	5	5	3	3	4	3	2	2	3	3	33	3.3	3
3	4	2	2	2	3	4	2	2	3	2	26	2.6	3
4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	36	3.6	4
5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	45	4.5	5
6	4	2	2	2	5	3	2	2	2	3	27	2.7	3
7	4	4	3	4	5	5	4	4	4	3	40	4	4
8	2	3	2	2	4	2	2	4	2	4	27	2.7	3
9	2	4	2	2	4	2	4	2	3	4	29	2.9	3
10	4	4	4	4	4	5	3	3	2	3	36	3.6	4
11	3	4	2	2	4	4	2	2	2	3	28	2.8	3
12	4	5	3	4	5	3	3	5	5	5	42	4.2	4
13	5	5	4	4	4	4	4	5	4	3	42	4.2	4
14	2	3	3	3	4	4	4	4	4	3	34	3.4	3
15	3	2	3	2	3	2	2	5	2	3	27	2.7	3
16	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	28	2.8	3
17	5	4	3	3	4	3	3	3	4	3	35	3.5	4
18	3	5	2	3	3	4	3	2	3	3	31	3.1	3
19	3	4	4	3	4	4	3	4	5	5	39	3.9	4
20	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	35	3.5	4
21	4	4	2	1	4	4	4	4	1	5	33	3.3	3
22	5	5	3	3	4	4	3	2	5	5	39	3.9	4
23	2	4	2	2	4	2	3	2	4	4	29	2.9	3
24	4	4	3	2	3	4	2	5	5	5	37	3.7	4
25	3	4	3	3	4	3	2	3	4	4	33	3.3	3
26	2	4	2	4	4	2	2	4	3	4	31	3.1	3
27	3	4	2	4	5	4	2	3	3	4	34	3.4	3
28	2	3	2	2	4	4	3	3	2	3	28	2.8	3
29	2	3	2	2	2	3	2	3	4	4	27	2.7	3
30	4	5	2	3	4	4	2	5	4	5	38	3.8	4
31	2	3	2	5	5	5	2	4	5	5	38	3.8	4
32	4	4	2	2	3	4	2	3	4	3	31	3.1	3
33	3	3	4	4	4	4	2	4	3	3	34	3.4	3
34	3	4	2	2	4	3	1	1	1	1	22	2.2	2
35	4	1	2	2	4	2	2	4	4	2	27	2.7	3
36	2	4	3	3	4	4	3	2	4	3	32	3.2	3
37	2	4	3	3	4	3	3	3	4	4	33	3.3	3
38	4	4	2	3	3	3	2	3	4	4	32	3.2	3
39	1	2	2	2	4	4	2	2	2	4	25	2.5	3
40	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3	3
41	2	3	1	1	1	3	2	4	2	3	22	2.2	2
42	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	38	3.8	4
43	4	3	3	4	3	2	3	2	3	4	31	3.1	3
44	3	4	4	4	5	5	4	4	4	4	41	4.1	4
45	5	3	3	3	4	3	2	3	4	3	33	3.3	3
46	4	4	3	3	4	3	3	5	5	5	39	3.9	4
47	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	35	3.5	4
48	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	43	4.3	4
49	4	3	2	2	4	4	1	3	4	4	31	3.1	3
50	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	38	3.8	4

51	3	4	2	3*	5	4	2	3	5	4	35	3.5	4
52	2	4	2	3	4	3	2	2	4	4	30	3	3
53	5	4	3	3	3	3	3	3	5	5	37	3.7	4
54	3	2	1	1	4	3	3	2	?	3	24	2.4	2
55	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	36	3.6	4
56	5	4	3	3	3	3	3	3	4	4	35	3.5	4
57	4	5	3	3	4	4	4	4	4	4	39	3.9	4
58	3	4	3	4	5	4	3	3	2	2	33	3.3	3
59	4	3	3	4	4	3	2	3	4	4	34	3.4	3
60	4	4	4	5	5	4	5	5	5	3	44	4.4	4
61	3	3	3	4	4	4	2	3	1	2	29	2.9	3
62	4	4	4	4	5	3	2	4	3	4	37	3.7	4
63	4	4	3	3	4	4	2	2	3	4	33	3.3	3
64	4	4	2	4	4	2	2	4	4	4	34	3.4	3
65	2	4	3	3	3	2	3	3	3	4	30	3	3
66	4	4	2	4	4	4	2	5	5	5	39	3.9	4
67	2	5	1	1	5	5	1	1	2	5	28	2.8	3
68	2	2	4	3	4	2	2	4	4	2	29	2.9	3
69	4	3	3	3	4	3	2	3	4	3	32	3.2	3
70	2	4	2	2	4	4	3	4	4	4	33	3.3	3
71	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	33	3.3	3
72	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	33	3.3	3
73	4	4	3	3	4	4	3	3	2	2	32	3.2	3
74	5	4	2	4	4	4	3	4	4	4	38	3.8	4
75	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	40	4	4
76	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	33	3.3	3
77	2	4	2	2	3	2	4	3	4	4	30	3	3
78	3	4	2	3	3	2	2	3	3	2	27	2.7	3
79	1	1	1	1	3	3	4	3	2	3	22	2.2	2
80	4	4	3	2	4	3	1	3	4	3	31	3.1	3
81	4	4	4	4	4	4	2	5	5	3	39	3.9	4
82	4	5	3	4	4	3	3	5	5	5	41	4.1	4
83	3	4	2	3	4	3	4	4	4	3	34	3.4	3
84	4	4	4	2	4	2	4	4	4	4	36	3.6	4
85	2	2	2	2	3	3	2	2	4	4	26	2.6	3
86	4	4	2	2	4	4	2	5	1	4	32	3.2	3
87	2	4	2	5	5	5	4	2	4	4	37	3.7	4
88	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	38	3.8	4
89	4	4	2	2	4	4	2	2	4	4	32	3.2	3
90	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	34	3.4	3
91	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	37	3.7	4
92	4	3	5	3	4	4	4	5	5	5	42	4.2	4
93	3	3	3	3	4	4	2	5	5	3	35	3.5	4
94	3	3	2	4	3	2	2	3	3	4	29	2.9	3
95	4	4	4	4	4	3	2	4	4	4	37	3.7	4
96	1	4	4	3	3	3	3	3	4	4	32	3.2	3
97	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	48	4.8	5
98	3	4	4	4	4	4	2	4	4	4	37	3.7	4
99	2	3	2	3	4	3	3	4	4	4	32	3.2	3
100	5	5	3	3	4	4	4	4	4	4	40	4	4

Lampiran 3

PERSEPSI

No Resp	Jawaban Responden Untuk Nomor item										Total	Rata2	Dibulatkan
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10			
1	4	5	3	5	5	4	5	3	4	5	43	4.3	4
2	5	4	4	4	4	3	4	4	5	3	40	4	4
3	3	4	3	5	5	4	3	5	5	4	41	4.1	4
4	2	4	4	3	4	3	4	4	3	4	35	3.5	4
5	4	3	3	2	3	4	5	4	4	5	37	3.7	4
6	4	4	2	1	3	2	3	3	2	2	26	2.6	3
7	4	5	4	3	5	3	4	5	3	3	39	3.9	4
8	5	4	4	4	4	5	2	2	4	5	39	3.9	4
9	4	4	3	5	4	4	4	3	4	3	38	3.8	4
10	3	2	2	3	3	3	2	4	2	4	28	2.8	3
11	4	5	4	5	5	3	3	3	3	3	38	3.8	4
12	2	2	3	4	3	4	3	4	3	5	33	3.3	3
13	3	4	3	3	5	5	4	4	4	3	38	3.8	4
14	3	5	3	4	5	3	3	2	3	5	36	3.6	4
15	5	4	2	3	3	2	5	3	4	4	35	3.5	4
16	2	1	3	1	2	3	2	2	3	4	23	2.3	2
17	4	3	5	2	3	3	5	4	5	3	37	3.7	4
18	1	3	3	5	1	2	2	3	2	1	23	2.3	2
19	3	4	4	4	3	5	4	3	3	3	36	3.6	4
20	4	3	3	3	4	4	3	4	5	2	35	3.5	4
21	3	2	3	2	3	3	4	2	4	3	29	2.9	3
22	4	5	4	3	4	5	3	4	5	5	42	4.2	4
23	2	1	3	2	2	3	4	4	1	3	25	2.5	3
24	2	3	1	2	4	4	3	2	3	2	26	2.6	3
25	3	5	4	3	3	2	3	1	5	2	31	3.1	3
26	4	5	3	3	4	3	2	3	4	3	34	3.4	3
27	5	4	3	4	3	4	3	3	5	4	38	3.8	4
28	4	3	5	3	2	3	4	4	3	3	34	3.4	3
29	4	1	3	2	1	2	3	2	3	3	24	2.4	2
30	3	5	4	3	4	3	3	4	5	4	38	3.8	4
31	5	4	5	5	2	3	4	2	4	5	39	3.9	4
32	3	5	3	4	3	3	4	3	4	4	36	3.6	4
33	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	36	3.6	4
34	1	4	4	5	1	3	1	3	2	4	28	2.8	3
35	4	4	5	4	1	1	5	5	1	1	31	3.1	3
36	3	5	3	5	3	3	3	3	4	4	36	3.6	4
37	4	3	4	4	5	5	3	2	4	5	39	3.9	4
38	4	4	4	4	2	3	4	2	4	4	35	3.5	4
39	4	4	4	4	4	4	2	2	4	5	37	3.7	4
40	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	35	3.5	4
41	3	4	2	5	2	4	3	4	4	4	35	3.5	4
42	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	46	4.6	5
43	2	5	4	4	3	3	2	4	4	4	35	3.5	4
44	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	42	4.2	4
45	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	38	3.8	4
46	3	5	4	4	2	4	2	2	3	5	34	3.4	3
47	4	2	3	3	3	2	3	2	3	3	28	2.8	3
48	4	5	3	5	5	5	4	4	4	5	44	4.4	4
49	2	4	3	4	2	3	3	2	4	5	32	3.2	3
50	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	36	3.6	4

Lampiran 4

MOTIVASI

No Resp	Jawaban Responden Untuk Nomor Item										Total	Rata2	Dibulatkan
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10			
1	4	3	4	3	2	4	2	3	2	2	29	2.9	3
2	2	3	3	3	3	2	3	3	2	2	26	2.6	3
3	4	2	3	4	2	5	2	2	2	5	31	3.1	3
4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	36	3.6	4
5	3	4	3	4	4	4	3	4	5	4	38	3.8	4
6	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	46	4.6	5
7	3	4	3	3	4	5	2	3	5	5	37	3.7	4
8	2	4	3	4	2	5	2	2	2	3	29	2.9	3
9	3	3	4	3	3	4	5	5	2	4	36	3.6	4
10	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	36	3.6	4
11	2	3	4	4	2	3	2	3	3	3	29	2.9	3
12	3	4	5	3	4	5	5	5	5	5	44	4.4	4
13	4	4	3	4	4	4	3	3	5	4	38	3.8	4
14	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	35	3.5	4
15	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	26	2.6	3
16	3	4	3	5	5	5	3	4	5	5	42	4.2	4
17	4	3	3	4	4	5	3	4	5	5	40	4	4
18	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	35	3.5	4
19	3	4	3	3	4	4	4	3	3	5	36	3.6	4
20	5	4	4	5	5	3	3	3	3	4	39	3.9	4
21	3	2	3	3	4	3	4	4	4	4	34	3.4	3
22	3	5	5	4	3	4	4	3	5	5	41	4.1	4
23	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	35	3.5	4
24	3	4	3	4	3	4	3	4	4	5	37	3.7	4
25	3	5	3	3	3	5	3	2	3	4	34	3.4	3
26	4	4	4	3	4	4	2	2	2	2	31	3.1	3
27	5	4	5	4	5	5	2	5	2	5	42	4.2	4
28	3	2	3	3	3	4	3	4	3	4	32	3.2	3
29	2	3	2	4	3	4	3	2	3	4	30	3	3
30	3	4	3	3	4	5	5	4	3	5	39	3.9	4
31	4	4	5	4	2	5	2	4	2	4	36	3.6	4
32	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	33	3.3	3
33	3	4	2	2	3	4	4	3	4	4	33	3.3	3
34	4	3	3	4	3	3	1	2	3	2	28	2.8	3
35	3	1	3	3	2	1	1	2	5	5	26	2.6	3
36	3	4	5	4	3	3	2	4	3	4	35	3.5	4
37	4	3	4	5	2	4	3	3	2	4	34	3.4	3
38	4	3	3	2	4	5	5	4	4	4	38	3.8	4
39	3	2	3	4	2	5	2	2	4	5	32	3.2	3
40	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	32	3.2	3
41	5	2	5	3	4	4	4	2	2	4	35	3.5	4
42	4	5	4	5	5	3	5	5	5	5	46	4.6	5
43	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	35	3.5	4
44	4	5	3	4	5	4	4	4	4	4	41	4.1	4
45	5	4	4	5	3	4	3	2	4	4	38	3.8	4
46	3	4	3	4	2	3	2	2	5	3	31	3.1	3
47	4	3	4	3	3	4	3	4	2	3	33	3.3	3
48	5	5	4	5	4	5	4	2	3	5	42	4.2	4
49	4	3	3	4	4	5	3	5	3	4	38	3.8	4
50	4	3	4	5	4	4	3	4	4	4	39	3.9	4

51	5	5	4	3	3	4	4	3	2	4	37	3.7	4
52	3	2	3	2	2	4	2	4	3	4	29	2.9	3
53	4	4	4	3	3	3	4	2	2	1	30	3	3
54	2	3	3	2	4	4	1	3	2	3	27	2.7	3
55	3	3	2	2	2	3	2	3	2	3	25	2.5	3
56	3	4	4	3	4	4	5	4	3	4	38	3.8	4
57	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	42	4.2	4
58	3	4	3	3	3	3	4	3	2	5	33	3.3	3
59	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	36	3.6	4
60	2	4	3	2	3	3	4	3	4	4	32	3.2	3
61	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	35	3.5	4
62	5	4	3	4	4	5	3	3	3	3	37	3.7	4
63	4	2	4	4	3	4	2	3	4	4	34	3.4	3
64	3	4	3	3	2	5	2	4	4	4	34	3.4	3
65	4	3	4	4	2	3	4	4	3	4	35	3.5	4
66	5	4	4	2	2	4	4	2	4	4	35	3.5	4
67	2	1	3	3	2	1	1	3	1	5	22	2.2	2
68	3	4	3	2	2	2	4	4	2	2	28	2.8	3
69	2	4	3	2	3	3	4	3	2	3	29	2.9	3
70	2	2	4	4	4	2	4	4	2	4	32	3.2	3
71	3	4	4	3	3	3	4	5	3	3	35	3.5	4
72	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	35	3.5	4
73	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	36	3.6	4
74	3	4	5	3	4	4	4	5	4	5	41	4.1	4
75	4	5	5	4	4	3	4	4	5	4	42	4.2	4
76	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	34	3.4	3
77	2	3	4	3	3	3	2	4	3	2	29	2.9	3
78	4	3	3	4	2	3	2	3	3	2	29	2.9	3
79	3	4	3	4	3	3	4	4	3	2	33	3.3	3
80	3	4	4	3	3	4	3	3	4	5	36	3.6	4
81	4	5	3	4	1	2	1	2	3	4	29	2.9	3
82	4	4	5	3	3	4	3	3	4	4	37	3.7	4
83	3	3	4	3	2	4	2	2	3	2	28	2.8	3
84	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41	4.1	4
85	4	5	4	2	2	4	2	3	2	2	30	3	3
86	5	2	3	5	4	4	2	2	3	2	32	3.2	3
87	3	4	3	3	2	2	2	2	2	2	25	2.5	3
88	4	5	5	3	2	4	3	4	4	4	38	3.8	4
89	3	2	2	3	2	2	4	4	3	2	27	2.7	3
90	5	3	3	4	4	4	4	3	3	4	37	3.7	4
91	3	4	4	3	2	4	3	3	4	4	34	3.4	3
92	3	4	3	4	4	5	1	2	3	3	32	3.2	3
93	3	3	3	3	2	3	2	2	3	2	26	2.6	3
94	4	2	2	4	2	4	5	5	3	3	34	3.4	3
95	3	5	3	2	2	4	4	5	4	5	37	3.7	4
96	3	3	3	4	3	3	3	4	2	3	31	3.1	3
97	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	45	4.5	5
98	5	5	5	4	2	4	4	3	2	4	38	3.8	4
99	3	4	3	3	2	3	4	4	3	3	32	3.2	3
100	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	36	3.6	4

Lampiran 5

Faktor	Jawaban Responden					Bobot
	SS	S	KS	TS	STS	
<b>9. KEPUASAN</b>						
Jadwal kedatangan dan waktu tiba tepat	11	40	25	21	3	335
Waktu perjalanan cepat	11	59	21	7	2	370
Cepat menangani masalah penumpang	2	22	37	35	4	283
Karyawan memberi pelayanan yang ramah	5	25	41	23	6	300
Karyawan melakukan komunikasi yang efektif	15	62	21	1	1	389
Karyawan memberikan perhatian secara individu	7	43	36	14	0	343
KA Taksaka bertanggung jawab terhadap keamanan	2	19	34	40	5	273
Karyawan berpenampilan rapi	14	30	38	17	3	335
Gerbong dalam keadaan bersih	16	49	18	13	4	360
9. Penataan eksterior dan interior baik	14	47	31	7	1	366
<b>10. PERSEPSI</b>						
Ka Taksaka lebih nyaman dibanding KA Eksekutif lainnya	8	34	33	21	4	321
Ada KA Eksekutif lain yang lebih bagus dari KA Taksaka	24	50	18	5	3	387
KA Taksaka dianggap jasa transportasi kelas dua setelah pesawat	11	33	33	19	4	328
Menggunakan KA Taksaka karena banyak yang memakainya	18	43	21	16	2	359
KA Taksaka memiliki identitas sendiri dari segi fasilitas	10	36	24	24	6	320
Mutu pelayanan KA Taksaka lebih bagus dari KA Eksekutif lain	8	45	34	12	1	347
KA Taksaka memiliki kualitas pelayanan setara KA Eksekutif lain	7	37	41	14	1	335
Pelayanan dan fasilitas KA Taksaka tidak kalah bersaing	4	43	27	25	1	324
Persepsi yang berbeda antara KA Taksaka da KA Eksekutif lain	12	47	25	15	1	354
10. KA Taksaka sebagai alternatif jasa transportasi	36	40	15	7	2	401
<b>11. MOTIVASI</b>						
Tarif Ka taksaka sesuai dengan pelayanan yang diberikan	11	34	46	9	0	347
Tarif KA Taksaka lebih murah di banding KA Eksekutif lain	14	44	28	12	2	356
Tarif Ka Taksaka sesuai dengan fasilitas yang didapatkan	15	36	45	4	0	362
Tarif KA Taksaka sesuai dengan tingkat pendapatan	8	38	43	11	0	343
Fasilitas KA Taksaka diatas rata-rata KA Eksekutif lain	5	32	33	29	1	311
Fasilitas alasan kedua setelah tarif menggunakan KA Taksaka	18	47	27	6	2	373
KA Taksaka lebih nyaman	8	34	30	22	6	316
Rumah/kantor menentukan penggunaan KA Taksaka	10	35	34	21	0	334
Lingkungan/keluarga berpengaruh penggunaan KA Taksaka	10	27	39	23	1	322
11. Motivasi menggunakan KA Taksaka lebih besar dibanding KA lain	21	44	20	14	1	370

Lampiran 6

**Reliability**

\*\*\*\*\* Method 1 (space saver) will be used for this analysis \*\*\*\*\*

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	A	3.3500	1.0286	100.0
2.	B	3.7000	.8348	100.0
3.	C	2.8000	.8989	100.0
4.	D	3.0000	.9640	100.0
5.	E	3.8900	.6948	100.0
6.	F	3.4300	.8196	100.0
7.	G	2.7400	.9059	100.0
8.	H	3.3900	1.0434	100.0
9.	I	3.6000	1.0347	100.0
10.	J	3.6600	.8435	100.0

Statistics for	Mean	Variance	Std Dev	N of Variables
SCALE	33.5600	28.0065	5.2921	10

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
A	30.2100	23.1171	.3873	.7707
B	29.8600	23.7580	.4364	.7632
C	30.7600	22.3055	.5762	.7452
D	30.5600	21.5822	.6135	.7388
E	29.6700	24.8900	.3799	.7699
F	30.1300	24.6597	.3286	.7752
G	30.8200	23.6440	.4020	.7673
H	30.1700	22.0617	.4954	.7553
I	29.9600	21.8570	.5249	.7509
J	29.9000	24.5152	.3328	.7750

Reliability Coefficients

N of Cases = 100.0

N of Items = 10

Alpha = .7803

## Reliability

\*\*\*\*\* Method 1 (space saver) will be used for this analysis \*\*\*\*\*

### RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	A	3.2300	.9935	100.0
2.	B	3.9200	.9394	100.0
3.	C	3.2800	1.0257	100.0
4.	D	3.5900	1.0259	100.0
5.	E	3.2200	1.1154	100.0
6.	F	3.5100	.8586	100.0
7.	G	3.3800	.8502	100.0
8.	H	3.2400	.9114	100.0
9.	I	3.5600	.9673	100.0
10.	J	4.0100	.9898	100.0

Statistics for	Mean	Variance	Std Dev	N of Variables
SCALE	34.9400	27.0065	5.1968	10

#### Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
A	31.7100	22.1474	.4141	.6964
B	31.0200	23.2521	.3170	.7117
C	31.6600	22.5903	.3450	.7081
D	31.3500	21.5631	.4609	.6882
E	31.7200	21.3349	.4297	.6937
F	31.4300	22.6516	.4426	.6936
G	31.5600	23.4004	.3505	.7067
H	31.7000	23.2020	.3387	.7083
I	31.3800	21.6117	.4958	.6831
J	30.9300	23.7223	.2390	.7245

#### Reliability Coefficients

N of Cases = 100.0

N of Items = 10

Alpha = .7234

## Reliability

\*\*\*\*\* Method 1 (space saver) will be used for this analysis \*\*\*\*\*

### RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	A	3.4700	.8343	100.0
2.	B	3.5600	.9462	100.0
3.	C	3.5900	.8177	100.0
4.	D	3.4200	.8063	100.0
5.	E	3.1100	.9200	100.0
6.	F	3.7600	.9003	100.0
7.	G	3.1500	1.0481	100.0
8.	H	3.3700	.9283	100.0
9.	I	3.2400	.9653	100.0
10.	J	3.7000	.9898	100.0

Statistics for	Mean	Variance	Std Dev	N of Variables
SCALE	34.3700	24.7405	4.9740	10

#### Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
A	30.9000	21.5253	.3254	.7203
B	30.8100	20.6403	.3728	.7139
C	30.7800	21.0622	.4010	.7100
D	30.9500	22.1086	.2614	.7287
E	31.2600	19.6893	.5150	.6912
F	30.6100	20.3615	.4392	.7035
G	31.2200	19.8703	.4037	.7094
H	31.0000	20.9091	.3498	.7173
I	31.1300	20.4981	.3788	.7130
J	30.6700	19.6981	.4624	.6990

#### Reliability Coefficients

N of Cases = 100.0

N of Items = 10

Alpha = .7321

Lampiran 7

**Crosstabs**

**Case Processing Summary**

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
PUAS * PERSEPS	100	100.0%	0	.0%	100	100.0%

**PUAS \* PERSEPSI Crosstabulation**

Count

		PERSEPSI				Total
		2	3	4	5	
PUAS	2	1	6	5		12
	3	2	23	22		47
	4		12	25	2	39
	5			2		2
Total		3	41	54	2	100

**Symmetric Measures**

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	.313	.288
N of Valid Cases		100	

- a. Not assuming the null hypothesis.
- b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

## Crosstabs

### Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
PUAS * MOTIVASI	100	100.0%	0	.0%	100	100.0%

### PUAS \* MOTIVASI Crosstabulation

Count

		MOTIVASI				Total
		2	3	4	5	
PUAS	2	1	10	1		12
	3		26	20	1	47
	4		10	28	1	39
	5			1	1	2
Total		1	46	50	3	100

### Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	.534	.000
N of Valid Cases		100	

- Not assuming the null hypothesis.
- Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

## Crosstabs

### Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
PERSEPSI * MOTIVA	100	100.0%	0	.0%	100	100.0%

### PERSEPSI \* MOTIVASI Crosstabulation

Count

		MOTIVASI				Total
		2	3	4	5	
PERSEPSI	2		1	2		3
	3		28	12	1	41
	4	1	17	35	1	54
	5			1	1	2
Total		1	46	50	3	100

### Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	.480	.000
N of Valid Cases		100	

- a. Not assuming the null hypothesis.
- b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

## Lampiran 7

### HiLog

\*\*\*\*\* H I E R A R C H I C A L L O G L I N E A R \* \* \* \* \*

DATA Information

27 unweighted cases accepted.  
0 cases rejected because of out-of-range factor values.  
0 cases rejected because of missing data.  
100 weighted cases will be used in the analysis.

FACTOR Information

Factor	Level	Label
PUAS	3	
PERSEPSI	3	
MOTIVASI	3	

\*\*\*\*\* H I E R A R C H I C A L L O G L I N E A R \* \* \* \* \*

DESIGN 1 has generating class

PUAS\*PERSEPSI\*MOTIVASI

Note: For saturated models .500 has been added to all observed cells.

This value may be changed by using the CRITERIA = DELTA subcommand.

The Iterative Proportional Fit algorithm converged at iteration 1.  
The maximum difference between observed and fitted marginal totals is .000  
and the convergence criterion is .676

Observed, Expected Frequencies and Residuals.

Factor	Code	OBS count	EXP count	Residual	Std Resid
PUAS	1				
PERSEPSI	1				
MOTIVASI	1	.5	.5	.00	.00
MOTIVASI	2	1.5	1.5	.00	.00
MOTIVASI	3	.5	.5	.00	.00
PERSEPSI	2				
MOTIVASI	1	.5	.5	.00	.00
MOTIVASI	2	6.5	6.5	.00	.00
MOTIVASI	3	.5	.5	.00	.00
PERSEPSI	3				
MOTIVASI	1	1.5	1.5	.00	.00
MOTIVASI	2	3.5	3.5	.00	.00
MOTIVASI	3	1.5	1.5	.00	.00
PUAS	2				

PERSEPSI	1				
MOTIVASI	1	.5	.5	.00	.00
MOTIVASI	2	.5	.5	.00	.00
MOTIVASI	3	2.5	2.5	.00	.00
PERSEPSI	2				
MOTIVASI	1	.5	.5	.00	.00
MOTIVASI	2	15.5	15.5	.00	.00

\* \* \* \* \* H I E R A R C H I C A L L O G L I N E A R \* \* \* \* \*

Observed, Expected Frequencies and Residuals. (Cont.)

Factor	Code	OBS count	EXP count	Residual	Std Resid
MOTIVASI	3	8.5	8.5	.00	.00
PERSEPSI	3				
MOTIVASI	1	.5	.5	.00	.00
MOTIVASI	2	11.5	11.5	.00	.00
MOTIVASI	3	11.5	11.5	.00	.00
PUS	3				
PERSEPSI	1				
MOTIVASI	1	.5	.5	.00	.00
MOTIVASI	2	.5	.5	.00	.00
MOTIVASI	3	.5	.5	.00	.00
PERSEPSI	2				
MOTIVASI	1	.5	.5	.00	.00
MOTIVASI	2	7.5	7.5	.00	.00
MOTIVASI	3	5.5	5.5	.00	.00
PERSEPSI	3				
MOTIVASI	1	.5	.5	.00	.00
MOTIVASI	2	3.5	3.5	.00	.00
MOTIVASI	3	26.5	26.5	.00	.00

Goodness-of-fit test statistics

Likelihood ratio chi square = .00000 DF = 0 P = 1.000  
 Pearson chi square = .00000 DF = 0 P = 1.000

\* \* \* \* \* H I E R A R C H I C A L L O G L I N E A R \* \* \* \* \*

Tests that K-way and higher order effects are zero.

K	DF	L.R. Chisq	Prob	Pearson Chisq	Prob	Iteration
3	8	5.777	.6722	5.042	.7531	3
2	20	51.209	.0001	61.236	.0000	2
1	26	208.368	.0000	262.340	.0000	0

Tests that K-way effects are zero.

K	DF	L.R. Chisq	Prob	Pearson Chisq	Prob	Iteration
1	6	157.160	.0000	201.104	.0000	0
2	12	45.432	.0000	56.193	.0000	0
3	8	5.777	.6722	5.042	.7531	0

>Note = 13865

>DF used for these tests have NOT been adjusted for structural or sampling

>zeros. Tests using these DF may be conservative.

-----  
Values of zero have been encountered in the cell table.  
Printing of parameter estimates will be skipped.  
-----

\* \* \* \* H I E R A R C H I C A L   L O G   L I N E A R   \* \* \* \* \*

Backward Elimination (p = .050) for DESIGN 1 with generating class

PUAS\*PERSEPSI\*MOTIVASI

Likelihood ratio chi square = .00000    DF = 0    P = 1.000  
-----

If Deleted Simple Effect is	DF	L.R. Chisq	Change	Prob	Iter
PUAS*PERSEPSI*MOTIVASI	8	5.777	.6722	3	

Step 1

The best model has generating class

PUAS\*PERSEPSI  
PUAS\*MOTIVASI  
PERSEPSI\*MOTIVASI

Likelihood ratio chi square = 5.77696    DF = 8    P = .672  
-----

If Deleted Simple Effect is	DF	L.R. Chisq	Change	Prob	Iter
PUAS*PERSEPSI	4	6.392	.1717	2	
PUAS*MOTIVASI	4	22.004	.0002	2	
PERSEPSI*MOTIVASI	4	12.674	.0130	2	



Step 2

The best model has generating class

PUAS\*MOTIVASI  
PERSEPSI\*MOTIVASI

Likelihood ratio chi square = 12.16900 DF = 12 P = .432

-----  
If Deleted Simple Effect is DF L.R. Chisq Change Prob Iter  
PUAS\*MOTIVASI 4 24.165 .0001 2  
PERSEPSI\*MOTIVASI 4 14.855 .0050 2

\* \* \* \* H I E R A R C H I C A L L O G L I N E A R \* \* \* \* \*

Step 3

The best model has generating class

PUAS\*MOTIVASI  
PERSEPSI\*MOTIVASI

Likelihood ratio chi square = 12.16900 DF = 12 P = .432

-----  
\* \* \* \* H I E R A R C H I C A L L O G L I N E A R \* \* \* \* \*

The final model has generating class

PUAS\*MOTIVASI  
PERSEPSI\*MOTIVASI

The Iterative Proportional Fit algorithm converged at iteration 0.  
The maximum difference between observed and fitted marginal totals  
is .000  
and the convergence criterion is .676

-----  
Observed, Expected Frequencies and Residuals.

Factor	Code	OBS count	EXP count	Residual	Std Resid
PUAS	1				
PERSEPSI	1				
MOTIVASI	1	.0	.0	.00	.00
MOTIVASI	2	1.0	1.0	.00	.00
MOTIVASI	3	.0	.0	.00	.00
PERSEPSI	2				
MOTIVASI	1	.0	.0	.00	.00
MOTIVASI	2	6.0	6.0	.00	.00
MOTIVASI	3	.0	.0	.00	.00
PERSEPSI	3				

MOTIVASI	1	1.0	1.0	.00	.00
MOTIVASI	2	3.0	3.0	.00	.00
MOTIVASI	3	1.0	1.0	.00	.00
PUAS	2				
PERSEPSI	1				
MOTIVASI	1	.0	.0	.00	.00
MOTIVASI	2	.0	.0	.00	.00
MOTIVASI	3	2.0	2.0	.00	.00
PERSEPSI	2				
MOTIVASI	1	.0	.0	.00	.00
MOTIVASI	2	15.0	15.0	.00	.00
MOTIVASI	3	8.0	8.0	.00	.00
PERSEPSI	3				
MOTIVASI	1	.0	.0	.00	.00
MOTIVASI	2	11.0	11.0	.00	.00
MOTIVASI	3	11.0	11.0	.00	.00
PUAS	3				
PERSEPSI	1				
MOTIVASI	1	.0	.0	.00	.00

\*\*\* H I E R A R C H I C A L   L O G   L I N E A R   \* \* \* \*

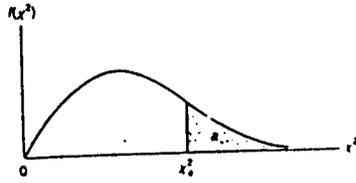
Observed, Expected Frequencies and Residuals. (Cont.)

Factor	Code	OBS count	EXP count	Residual	Std Resid
MOTIVASI	2	.0	.0	.00	.00
MOTIVASI	3	.0	.0	.00	.00
PERSEPSI	2				
MOTIVASI	1	.0	.0	.00	.00
MOTIVASI	2	7.0	7.0	.00	.00
MOTIVASI	3	5.0	5.0	.00	.00
PERSEPSI	3				
MOTIVASI	1	.0	.0	.00	.00
MOTIVASI	2	3.0	3.0	.00	.00
MOTIVASI	3	26.0	26.0	.00	.00

Goodness-of-fit test statistics

Likelihood ratio chi square = .00000    DF = 12    P = 1.000  
 Pearson chi square = .00000    DF = 12    P = 1.000

TABLE 7  
Critical Values of  $\chi^2$



$$P[\chi^2 > \chi^2(k; \alpha)] = \alpha$$

DEGREES OF FREEDOM	$\chi^2_{0.995}$	$\chi^2_{0.99}$	$\chi^2_{0.95}$	$\chi^2_{0.90}$	$\chi^2_{0.85}$
1	0.0000393	0.0001571	0.0009821	0.0039321	0.0157908
2	0.0100251	0.0201007	0.0506356	0.102557	0.210720
3	0.0717212	0.114832	0.215795	0.351625	0.584375
4	0.206990	0.297110	0.484419	0.710721	1.063623
5	0.411740	0.554300	0.831211	1.145475	1.61031
6	0.675727	0.872085	1.237347	1.63539	2.20413
7	0.989265	1.239043	1.68987	2.16735	2.83311
8	1.344419	1.645482	2.17973	2.73264	3.48954
9	1.734926	2.087912	2.70039	3.32511	4.16816
10	2.15585	2.55821	3.24697	3.94033	4.86518
11	2.60321	3.05347	3.81575	4.57481	5.57779
12	3.07382	3.57056	4.40379	5.22603	6.30380
13	3.56503	4.10691	5.00874	5.89165	7.04150
14	4.07468	4.66043	5.62872	6.57063	7.78953
15	4.60094	5.22935	6.26214	7.26094	8.54675
16	5.14224	5.81221	6.90766	7.96164	9.31223
17	5.69724	6.40776	7.56418	8.67175	10.0852
18	6.26481	7.01491	8.23075	9.39045	10.8649
19	6.84398	7.63273	8.90655	10.1170	11.6509
20	7.43386	8.26040	9.59083	10.8505	12.4426
21	8.03366	8.89720	10.28293	11.5913	13.2395
22	8.64272	9.54249	10.9823	12.3380	14.0415
23	9.26042	10.19557	11.6885	13.0905	14.8479
24	9.88623	10.8564	12.4011	13.8434	15.6587
25	10.5197	11.5240	13.1197	14.6114	16.4734
26	11.1603	12.1981	13.8439	15.3791	17.2919
27	11.8076	12.8786	14.5733	16.1513	18.1138
28	12.4613	13.5648	15.3079	16.9279	18.9392
29	13.1211	14.2565	16.0471	17.7083	19.7677
30	13.7867	14.9535	16.7908	18.4925	20.5992
40	20.7065	22.1643	24.4331	26.5093	29.0505
50	27.9907	29.7067	32.3574	34.7642	37.6886
60	35.5346	37.4848	40.4817	43.1879	46.4589
70	43.2752	45.4418	48.7576	51.7393	55.3290
80	51.1720	53.5400	57.1532	60.3915	64.2778
90	59.1963	61.7541	65.6466	69.1260	73.2912
100	67.3276	70.0643	74.2219	77.9295	82.3581

Source: From C. M. Thompson, "Tables of the Percentage Points of the  $\chi^2$ -Distribution" *Biometrika*, 1941, 32, 188-189. Reproduced by permission of the *Biometrika* Trustees

10

## Lampiran

ANGKA KRITIK NILAI  $t$ 

Derajat Kebebasan (df)	5%	1%	Derajat Kebebasan (df)	5%	1%
1	.997	1.000	24	.338	.495
2	.950	.990	25	.381	.485
3	.878	.959	26	.374	.478
4	.811	.917	27	.367	.463
5	.754	.874	28	.361	.463
6	.707	.834	29	.355	.456
7	.666	.798	30	.349	.449
8	.632	.765	35	.325	.418
9	.602	.735	40	.304	.393
10	.576	.708	45	.288	.372
11	.553	.684	50	.273	.354
12	.532	.661	60	.250	.325
13	.497	.623	70	.232	.302
14	.497	.623	80	.217	.283
15	.482	.606	90	.205	.267
16	.468	.590	100	.195	.254
17	.456	.575	125	.174	.228
18	.444	.561	150	.159	.208
19	.433	.549	200	.138	.181
20	.423	.537	300	.113	.148
21	.413	.526	400	.098	.128
22	.404	.515	500	.088	.115
23	.396	.505	1000	.062	.081

SUMBER : Fisher dan Yates, "Statistical tables for biological agricultural and medical research", dikutip dari R.P. Kolstoe, *Introduction to Statistic for the Behavioral Sciences*, Homewood, Illinois, Dorsey Press, 1973.