

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan Jasa Transportasi

(Studi Kasus PT. Garuda Indonesia Perwakilan Yogyakarta)

SKRIPSI



oleh

Nama : Tulus Hermawan

Nomor Mahasiswa : 03311117

Program Studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Pemasaran

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

YOGYAKARTA

2007

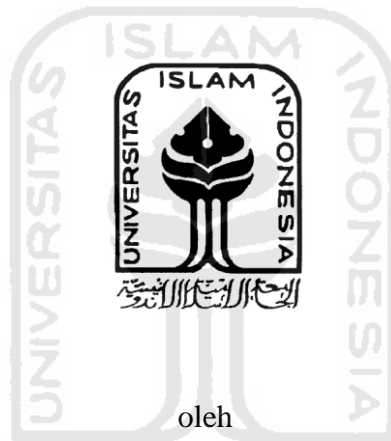
Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan Jasa Transportasi

(Studi Kasus PT. Garuda Indonesia Perwakilan Yogyakarta)

SKRIPSI

ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna
memperoleh gelar Sarjana Strata-1 di Program Studi Manajemen,

Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia



oleh

Nama : Tulus Hermawan

Nomor Mahasiswa : 03311117

Program Studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Pemasaran

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

YOGYAKARTA

2007

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”



Jogjakarta, 3 Juli 2007

Penulis,

Tulus Hermawan

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan Jasa Transportasi

(Studi Kasus PT. Garuda Indonesia Perwakilan Yogyakarta)

Nama : Tulus Hermawan

Nomor Mahasiswa : 03311117

Program Studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Pemasaran

Yogyakarta , 3 Juli 2007

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing,

Murwanto Sigit, Drs.H.,MBA

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Telah dipertahankan/diuji dan disahkan untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata-1 di Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia

Nama : Tulus hermawan

Nomor Mahasiswa : 03311117

Program Studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Pemasaran

Yogyakarta, Agustus 2007

Disahkan oleh

Penguji/Pembimbing Skripsi : Murwanto Sigit, Drs.H,MBA

Penguji 1 :.....

Penguji 2 :.....

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia

Drs. H. Asma'i Ishak, M.Bus.,Ph.D

ABSTRAKSI

Tulus Hermawan (2007). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan Jasa Transportasi (Studi Kasus PT. Garuda Indonesia Perwakilan Yogyakarta)*

Perkembangan perekonomian di Indonesia dewasa ini cenderung telah mengalami pemulihan yang cukup signifikan dibandingkan awal terjadinya krisis moneter dan krisis ekonomi di era tahun 1997an. Seiring dengan pulihnya perekonomian di negara-negara Asia terutama yang terkena dampak langsung krisis ekonomi, dan di dorong oleh pencananaan era perdagangan bebas 2003, maka perusahaan mulai berusaha untuk memenangkan persaingan dengan para kompetitornya. Persaingan tingkat harga antar alat transportasi darat dan udara yang tidak terlalu jauh mendorong konsumen untuk cenderung memilih angkutan udara daripada angkutan darat. Persaingan harga ini juga diiringi dengan persaingan dengan maskapai penerbangan yang ada di Indonesia, seperti Garuda Indonesia Airways, Lion Air, Mandala Airline, Pelita Airline, Merpati Airline, dan beberapa perusahaan lain yang mulai berkembang.

Dalam perusahaan transportasi terutama transportasi udara, biasanya konsumen akan memperhatikan beberapa faktor penting sebelum akhirnya memutuskan untuk melakukan pembelian jasa tersebut. Faktor yang sering diperhatikan oleh konsumen adalah faktor pelayanan, harga, fasilitas, kenyamanan, dan keamanan. Berdasarkan latar belakang diatas, maka penelitian ini akan mencoba menganalisis faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku konsumenterutama pada perusahaan jasa penerbangan di Indonesia. Untuk mendukung penelitian tersebut, maka penelitian ini akan mengambil judul Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan Jasa Transportasi (Studi kasus PT. Garuda Indonesia Perwakilan Yogyakarta). Alat analisis yang digunakan adalah Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh faktor-faktor perilaku konsumen terhadap penggunaan jasa transportasi Garuda Indonesia. Analisis korelasi berganda adalah suatu analisis yang digunakan untuk melakukan pengukuran sejauh mana hubungan antara variabel-variabel yang diteliti.

Hasil penelitian menunjukkan ada pengaruh signifikan antara Kualitas Pelayanan yang terdiri dari variabel Pelayanan, Harga, Fasilitas, Kenyamanan dan Keamanan terhadap Perilaku konsumen secara parsial, berdasarkan uji t dan uji F.

Motto.....

*Hidup yang indah adalah hidup yang menikmati
Dan mensyukuri segala sesuatunya dengan lapang dada*

*Sesungguhnya dengan bekerja keras
Berusaha dan berdo'alah
Kita dapat menggapai apa yang kita inginkan dan kita pinta
Karena itu semua
Pangkal dari kesuksesan*

*Sadarilah....
Sebenarnya ketika ada sesuatu
Yang membuat jantungmu
Terdetak dan berdegup kencang
Maka itulah yang berarti bagimu
Coba hayati keluar masuknya nafas
Maka kau akan mengetahui
Untuk apa kita hidup
Dan mengenyam segala kenikmatan yang diberikan*

*Jangan pernah hanya saat kita
Mengalami ketimpangan dan keresahan
Kita mengharap-nya
Tapi bersujudlah
Seperti kita tidak lupa
Untuk melepas dahaga dan mngisi perut kita
Ketika datang suatu harapan bagi kita
Maka harapan itu akan menjadi beban yang berat
Jika kita tidak bisa menikmatinya*

*Dan dengan berusaha dan berdo'alah
kita dapat mewujudkan segala-galanya
dengan ridho sang Ilahi Rabbi
serta do'a dan dukungan dari
yang telah memberi kita pengertian, didikan, kasih sayang
maka dengan itu semualah sebuah kerja keras melahirkan
sebuah karya.....*

*Yogyakarta, 3 Juli 2007
Kupersembahkan sebuah karya ini untuk kedua orangtuaku tercinta
Yang dengan segala kasih sayang, pengertian, didikan serta harapan.
Kedua adikku tersayang
Begitu juga teman-temanku
Yang sudah memberi arti pertemanan, warna dalam hidupku
Mari kitaanggapi cita-cita
Untuk menjadi yang lebih baik
Dengan mengharap ridho sang Ilahi Rabbi
Karena dengan ridhonya kita masih bisa berkarya*

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Syukur alhamdulillah penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah memberikan segala rahmat dan hidayah dalam membimbing penulis secara spritual dan rohaniah sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan Jasa Transportasi (Studi Kasus PT. Garuda Indonesia Perwakilan Yogyakarta)”**.

Skripsi ini disusun untuk melengkapi persyaratan dalam menyelesaikan tugas akhir di Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia.

Penulis sepenuhnya menyadari bahwa selama proses penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan dan bimbingan dari pihak lain, oleh karenanya pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Allah SWT, Raja sekalian alam, Pemberi kehidupan bagi semua makhluk dan Ciptaan-Nya. Hanya kepada-Nya tempat kita mengadu dan bersujud atas segala limpahan Rahmat, Rezeki, Nikmat dan Hidayahnya.
2. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi, Drs. Asmai Ishak, M.Bus, Ph.D.
3. Bapak Drs.H, Murwanto Sigit,.MBA selaku pembimbing skripsi yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dan meluangkan segala waktunya hingga skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Bapak Nur Sya' bani Purnama, Drs, M.Si. selaku Dosen Pebimbing Akademik, Serta Bapak dan Ibu Dosen, beserta seluruh staf akademik, staf tata usaha dan seluruh staf karyawan dilingkungan fakultas ekonomi Universitas Islam Indonesia yang tanpa mereka UII tidak akan berjalan sebagai mana mestinya.

5. Kedua Orang tuaku tercinta, Ayahanda Sutomo dan Ibunda Siti Khomisah, terima kasih atas segala nasihat, kasih sayang, dan pengertiannya yang telah membesarkanku hingga saat ini. Maafkan ananda yang terlalu banyak mengecewakan. *You're The Best Parent In the World.*
6. Kedua adikku tercinta "*Heri Poyo dan si bungsu Budi*" Kalianlah the next generation untuk membuat bapak dan mama bahagia. Keluarga besar Marto Sarkam dan Kalem yang ada di Karangboyo dan di Cabean (Cepu). Bude Sari & Pakde Lilik. Alm, Ma Ninie, Mbak Sri & Mas Harto, Mbak Jumini & Mas Bardi, Kang Tarom, Dan ke dua ponakanku Nando & Nanda, Mbak Endang, Mas widodo, yu Sri & yu Nie, dan semua familyku yang ada di samarinda.
7. Teman-teman ku : Siska yang cantik, Inzhan, Rendy (Bose) Andre jambi, Tyo, Tito, Jenny, Riyadi, Eko, indra, Hendra, Bayu piyu, Jaja, Fenty, Trias, Diah bayu, Adez, Ade batam, , ari jambi, heri raja, eral, yanwar, sahid, Ais, Dedy, Hilda, Sista, Bunga, anak2 koz tentrem, anak2 KKN unit 9, Seluruh anak-anak manajemen'03 yang setia bersama-sama berjuang untuk meraih cita-citanya masing-masing.
8. Anak-anak HMC , rian, I gede, putut, dedy, angga, dan anak- anak cepu Fahrul, Adi pudai, eko gedek, reza, sinyo, yang membantu saya selama di yogya.

Semoga penulisan skripsi ini dapat bermanfaat bagi khalayak ramai, bagi anak-anak manajemen pada umumnya dan bagi anak-anak konsentrasi pemasaran pada khususnya.

Wassalamu'alaikum wr. Wb.

Yogyakarta, 3 Juli 2007

Tulus Hermawan

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Depan Skripsi.....	i
Halaman Judul Skripsi.....	ii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme.....	iii
Halaman Pengesahan Skripsi.....	iv
Halaman Berita Acara Skripsi.....	v
Abstraksi.....	vi
Motto.....	vii
Persembahan.....	viii
Kata Pengantar.....	ix
Daftar Isi.....	xi
Daftar Tabel.....	xiv
Daftar Gambar.....	xv
Daftar Lampiran.....	xvi

BAB I PENDAHULUAN

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

BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu	6
---------------------------------	---

2.2. Landasan Teori	11
2.2.1. Pengertian Pemasaran	11
2.2.2. Pengertian Manajemen Pemasaran	12
2.2.3. Keputusan Pembelian	15
2.2.4. Perilaku Konsumen	17
2.3. Hipotesis	18
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1. Gambaran Umum Perusahaan.....	20
3.1.1. Sejarah Berdirinya Perusahaan.....	20
3.1.2. Struktur Organisasi Perusahaan.....	22
3.1.3. Personalia.....	23
3.1.4. Fasilitas Yang Dimiliki Perusahaan.....	25
3.1.5. Aktivitas Perusahaan.....	26
3.1.6. Orientasi Perusahaan Terhadap Konsumen.....	26
3.2. Metodologi Penelitian.....	27
3.2.1. Objek Penelitian.....	27
3.2.2. Jenis Data.....	27
3.2.3. Populasi dan Sampel.....	28
3.2.4. Metode Pengumpulan Data.....	28
3.3. Metode Analisa Data	29
3.3.1. Analisa Kuantitatif	29
3.3.2. Analisa Kuantitatif.....	30
3.3.2.1. Uji Validitas dan Reliabilitas	30
3.3.2.2. Analisa Regresi Berganda.....	31
3.3.2.3. Uji Hipotesis.....	32
3.3.2.4. Analisa Korelasi Berganda.....	34
3.3.2.5. Uji Asumsi Klasik.....	35
3.3.2.5.(1). Uji Multikolinearitas.....	.35
3.3.2.5.(2). Uji Heteroskedastisitas.....	35

3.3.2.5.(3). Uji Normalitas Data.....	36
---------------------------------------	----

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1. Pengujian Validitas dan Rentabilitas	37
4.1.1. Pengujian Validitas	37
4.2. Analisis Karakteristik Responden	41
4.2.1. Usia Responden	41
4.2.2. Pekerjaan	42
4.2.3. Frekuensi Penggunaan	43
4.3. Data dan Analisis	44
4.3.1. Analisis Deskriptif	45
4.3.1.1. Kualitas Pelayanan	45
4.3.2. Analisis Kuantitatif	52
4.3.2.1. Analisis Regresi Linier Berganda	52
4.3.2.2. Pengujian Hipotesis Pertama (Uji Regresi Parsial atau Uji t)	56
4.3.2.3. Uji Regresi Serentak (Uji F)	61
4.3.2.4. Analisis Korelasi Berganda (R)	63
4.4. Uji Asumsi Klasik.....	65
4.4.1. Uji Multikolinearitas.....	65
4.4.2. Uji Asumsi Heteroskedisitas	67
4.4.3. Uji Asumsi Normalitas.....	69
4.5. Pembahasan.....	70
4.5.1. Pengaruh Variabel Harga Terhadap Perilaku Konsumen	70
4.5.2. Pengaruh Variabel Harga Terhadap Perilaku Konsumen	70
4.5.3. Pengaruh Variabel Fasilitas Terhadap Perilaku Konsumen	71

4.5.4. Pengaruh Variabel Kenyamanan	
Terhadap Perilaku Konsumen	71
4.5.5. Pengaruh Variabel Keamanan	
Terhadap Perilaku Konsumen	72

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan	73
5.2. Saran	74
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN	77

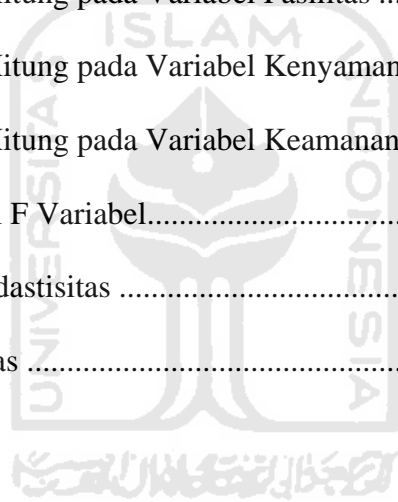


Tabel 4.1. Hasil Uji Validitas	37
Tabel 4.2. Hasil Uji Reliabilitas	40
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	41
Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	42
Tabel 4.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan	43
Tabel 4.6. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Pelayanan	45
Tabel 4.7. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Harga	46
Tabel 4.8. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Fasilitas	48
Tabel 4.9. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kenyamanan	49
Tabel 4.10. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keamanan	50
Tabel 4.11. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Perilaku Konsumen	50

Tabel 4.12. Rangkuman Hasil Pengolahan	
Regresi Linier Berganda	53
Tabel 4.13. Uji Multikolinieritas	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1. Pengujian t Hitung pada Variabel	
Pelayanan.....	57
Gambar 4.2. Pengujian t Hitung pada Variabel Harga.....	58
Gambar 4.3. Pengujian t Hitung pada Variabel Fasilitas	59
Gambar 4.4. Pengujian t Hitung pada Variabel Kenyamanan	60
Gambar 4.5. Pengujian t Hitung pada Variabel Keamanan	61
Gambar 4.6. Uji Distribusi F Variabel.....	63
Gambar 4.7. Uji Heterokedastisitas	67
Gambar 4.8. Uji Normalitas	69



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Uji Validitas Variabel Pelayanan
- Lampiran 2 Uji Validitas Variabel Harga
- Lampiran 3 Uji Validitas Variabel Fasilitas
- Lampiran 4 Uji Validitas Variabel Kenyamanan
- Lampiran 5 Uji Validitas Variabel Keamanan
- Lampiran 6 Uji Validitas Variabel Perilaku Konsumen
- Lampiran 7 Frequency Table
- Lampiran 8 Regression
- Lampiran 9 Uji Normalitas dan Uji Heteroskedastisitas
- Lampiran 10 Uji Multikolinieritas

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan perekonomian di Indonesia dewasa ini cenderung telah mengalami pemulihan yang cukup signifikan dibandingkan awal terjadinya krisis moneter dan krisis ekonomi di era tahun 1997an. Pada saat ini keadaan ekonomi cenderung stabil walau kadang masih terjadi beberapa ketimpangan di beberapa bidang ekonomi karena terpengaruh oleh beberapa hal seperti iklim politik dan kondisi lingkungan perdagangan internasional yang terkait dengan negara Indonesia.

Seiring dengan pulihnya perekonomian di negara-negara Asia terutama yang terkena dampak langsung krisis ekonomi, dan didorong oleh pencananaan era perdagangan bebas 2003, maka perusahaan mulai berusaha untuk memenangkan persaingan dengan para kompetitornya.

Masuknya kompetitor dari luar negeri ataupun tumbuhnya industri dalam negeri mendorong setiap perusahaan terutama perusahaan jasa untuk sebisa mungkin untuk mengoptimalkan pelayanannya kepada konsumen. Peningkatan pelayanan konsumen ini diperlukan karena perusahaan jasa merupakan perusahaan yang harus didukung pelayanan yang memuaskan konsumen karena mereka lebih cenderung memasarkan jasa daripada produknya, dimana produk jasa merupakan salah satu produk perusahaan yang

tidak dapat dinilai dari segi fisik namun produk jasa akan dinilai melalui persepsi konsumen terhadap pelayanan perusahaan.

Selain didorong oleh pemberlakuan perdagangan bebas AFTA 2003 dan didorong pulihnya ekonomi yang turut meningkatkan daya beli masyarakat, perusahaan penerbangan pada saat ini sudah menjadi kebutuhan transportasi yang mendesak dimata para konsumennya. Persaingan tingkat harga antar alat transportasi darat dan udara yang tidak terlalu jauh mendorong konsumen untuk cenderung memilih angkutan udara daripada angkutan darat. Persaingan harga ini juga diiringi dengan persaingan dengan maskapai penerbangan yang ada di Indonesia, seperti Garuda Indonesia Airways, Lion Air, Mandala Airline, Pelita Airline, Merpati Airline, dan beberapa perusahaan lain yang mulai berkembang.

Selain merujuk persaingan harga yang semakin ketat, perusahaan penerbangan saat ini juga didorong untuk saling berlomba dalam bidang kualitas pelayanannya guna memenangkan persaingan. Konsumen yang tadinya peka terhadap harga mulai bergeser paradigmanya untuk mulai "melirik" persaingan kualitas yang diberikan oleh setiap perusahaan penerbangan.

Berdasarkan berbagai keinginan konsumen inilah, perusahaan penerbangan harus dapat memenuhi kebutuhan konsumennya tersebut untuk memenangkan persaingan dengan sesama kompetitornya. Untuk itu perusahaan harus dapat mempelajari perilaku konsumennya terutama perilaku

konsumen yang berhubungan dengan keputusan pemilihan barang dan keputusan pembelian barang.

Secara definitif, perilaku konsumen dapat didefinisikan sebagai kegiatan-kegiatan individu secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan menggunakan barang-barang atau jasa-jasa termasuk didalamnya pengambilan keputusan persiapan dan penentuan kegiatan pembelian tersebut (Dharmesta, 1993;9)

Dalam perusahaan transportasi terutama transportasi udara, biasanya konsumen akan memperhatikan beberapa faktor penting sebelum akhirnya memutuskan untuk melakukan pembelian jasa tersebut. Faktor yang sering diperhatikan oleh konsumen adalah faktor pelayanan, harga, fasilitas, kenyamanan, dan keamanan.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penelitian ini akan mencoba menganalisis faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku konsumenterutama pada perusahaan jasa penerbangan di Indonesia. Untuk mendukung penelitian tersebut, maka penelitian ini akan mengambil judul **”Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan Jasa Transportasi (Studi Kasus PT. Garuda Indonesia Perwakilan Yogyakarta)”**.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, selanjutnya penelitian ini akan merumuskan permasalahan :

- 1.2.1. Apakah terdapat pengaruh dan hubungan antara pelayanan, harga, fasilitas, kenyamanan, dan keamanan terhadap keputusan penggunaan jasa transportasi PT. Garuda Indonesia”.
- 1.2.2. Untuk mengetahui variabel yang paling dominan antara pelayanan, harga, fasilitas, kenyamanan, dan keamanan terhadap keputusan penggunaan jasa transportasi PT. Garuda Indonesia”.

1.3. Batasan Masalah

Terdapat beberapa batasan yang diambil dalam penelitian ini guna melakukan pembatasan agar penelitian tidak terlalu meluas. Beberapa batasan penelitian yang perlu diperhatikan adalah sebagai berikut:

- 1.3.1. Perilaku konsumen adalah kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan menggunakan barang-barang atau jasa-jasa termasuk didalamnya mengambil keputusan persiapan dan penentuan kegiatan pembelian tersebut.
(Dharmesta, 1993:9)
- 1.3.2. Proses pengambilan keputusan konsumen dipengaruhi oleh faktor- faktor eksternal, seperti informasi pemasaran (4P) dan lingkungan sosial budaya, sebagai input. Dalam proses itu sendiri, ada faktor- faktor internal yang berperan, misalnya

motivasi, persepsi, pembelajaran, kepribadian, sikap dan pengalaman. Output dari proses ini akan disimpan dalam memori sebagai pengalaman hasil pembelajaran seperti : *Pelayanan, Harga, Fasilitas, Kenyamanan, Keamanan.*

1.3.3. Faktor- faktor keputusan penggunaan jasa transportasi udara PT.

Garuda Indonesia yang diteliti dalam skripsi ini dibatasi pada atribut berikut ini:

- a. Pelayanan
- b. Harga
- c. Fasilitas
- d. Kenyamanan
- e. Keamanan

1.3.4. Penelitian ini hanya dilakukan untuk konsumen yang menggunakan jasa transportasi udara PT. Garuda Indonesia Kantor Perwakilan Yogyakarta.

1.4. Tujuan Penelitian

Penelitian yang dilakukan ini mempunyai tujuan :

- 1.4.1. Untuk mengetahui pengaruh dan hubungan antara faktor pelayanan, harga, fasilitas, nyaman, dan keamanan terhadap keputusan penggunaan jasa penerbangan PT.Garuda Indonesia kantor perwakilan Yogyakarta.

1.4.2. Untuk mengetahui variabel yang paling dominan antara pelayanan, harga, fasilitas, kenyamanan, dan keamanan terhadap keputusan penggunaan jasa transportasi PT. Garuda Indonesia”.

1.5. Manfaat Penelitian

Dengan diadakannya penelitian ini, diharapkan akan memberikan beberapa manfaat bagi berbagai pihak. Beberapa manfaat yang diharapkan akan muncul karena adanya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti untuk memperoleh pengalaman yang bermanfaat dalam menilai perusahaan dikaitkan dengan teori yang diperoleh di bangku kuliah.
2. Bagi universitas untuk menambah referensi, terutama referensi di bidang manajemen pemasaran pada umumnya, dan perilaku konsumen pada khususnya.
3. Bagi perusahaan untuk mengetahui besarnya pengaruh Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan Jasa Transportasi (Studi Kasus PT. Garuda Indonesia Perwakilan Yogyakarta).

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu

Menurut penelitian sebelumnya yang dilaksanakan oleh Muhammad Riza R Aziz (2004) dengan judul "Hubungan atribut produk dengan keputusan konsumen dalam menggunakan pelayanan penerbangan Lion Airlines"(Studi kasus penerbangan Yogyakarta) :

- 1) Adanya hubungan yang signifikan antara atribut yaitu pelayanan yang diberikan terhadap keputusan menggunakan jasa penerbangan Lion Airlines berdasarkan usia responden dan atribut produk meliputi pengetahuan jenis pesawat, model pesawat, pelayanan yang baik pelayanan yang diberikan terhadap keputusan menggunakan jasa penerbangan Lion Airlines berdasarkan pendidikan responden.
- 2) Tidak adanya hubungan yang signifikan antara atribut produk pengetahuan jenis pesawat, model pesawat, tingkat keamanan, jaminan keamanan, pelayanan yang baik, harga tiket, ketepatan waktu terhadap keputusan menggunakan jasa penerbangan Lion Airlines berdasarkan usia responden.
- 3) Tidak ada hubungan yang signifikan antara atribut produk tingkat keamanan, jaminan keamanan, harga tiket, ketepatan waktu, terhadap

keputusan menggunakan jasa penerbangan Lion Airlines berdasarkan pendidikan responden.

- 4) Tidak adanya hubungan yang signifikan antara atribut produk meliputi pengetahuan jenis pesawat, model pesawat, tingkat keamanan, jaminan keamanan, pelayanan yang baik, harga tiket, pelayanan yang diberikan, ketepatan waktu terhadap keputusan menggunakan jasa penerbangan Lion Airlines berdasarkan karakteristik pendapatan maupun pekerjaan.
- 5) Harga merupakan faktor yang paling dominan mempengaruhi keputusan menggunakan jasa penerbangan jasa Lion Airlines.

Menurut penelitian sebelumnya yang dilaksanakan oleh Farida Jasfar (2003) yang berjudul "Kepuasan Pelanggan dan Price Acceptance: Studi Pada Penumpang Penerbangan Nasional" Kepuasan menyeluruh pelanggan terhadap *price acceptance*, berarti secara statistik memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *price acceptance* dengan nilai koefisien determinasi 0,375 atau memiliki pengaruh sebesar 37,5%. Variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini memiliki pengaruh 62,5%.

Untuk masing-masing klasifikasi kepuasan pelanggan yang sedang tidak signifikan terhadap *price acceptance*, berbeda untuk kepuasan yang rendah dan tinggi berpengaruh secara signifikan. Berarti jika nilai kepuasan pelanggan rendah, maka kepuasan akan memberikan kontribusi yang besar terhadap penurunan *price acceptance*. Demikian pula sebaliknya jika nilai kepuasan pelanggan tinggi, maka kepuasan akan memberikan kontribusi yang

kecil terhadap penurunan *price acceptance*. Bila nilai kepuasan pelanggan tinggi akan memberikan kontribusi yang sangat besar terhadap meningkatnya *price acceptance*.

Dengan demikian, hasil penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian yang dilakukan sebelumnya terutama pada tingkat kepuasan yang menengah. Berbagai faktor yang mempengaruhi ini, khususnya untuk dunia penerbangan di Indonesia. Salah satunya adalah *price acceptance* yang tidak signifikan karena kebijakan tiket kelas bisnis relatif baru. Selain itu terlihat bahwa kualitas pelayanan yang diterima barangkali tidak memiliki perbedaan yang jelas dengan pelanggan yang pernah membeli untuk kelas ekonomi.

Menurut penelitian sebelumnya yang dilaksanakan oleh G.S. Sureshchandar, Chandrasekharan Rajendran, R.N. Anantharanman (2002), yang berjudul "*Determinants of customer perceived service quality: a confirmatory factor analysis approach*" Penelitian pada kualitas pelayanan telah menjadi gelombang besar yang sangat hebat sepanjang beberapa tahun terakhir dengan banyaknya peneliti yang meneliti dengan berbagai model di seluruh dunia. Namun demikian, bentuk instrumen SERVQUAL merupakan dasar bagi penelitian-penelitian yang lain yang telah dilakukan. Yang menarik, konseptualisasi, pengukuran dan penerapan SERVQUAL diantara industri yang berbeda tidak menghilangkan kontroversi yang ada. Pengamat yang teliti mengenai pembukaan rahasia instrumen pada faktor-aktor dan hal-hal yang berhubungan tidak secara komprehensif muncul bahwa instrumen

meninggalkan unsur pokok tertentu yang penting dari kualitas pelayanan. Dengan latar belakang ini, penelitian terkini bekerja keras untuk menemukan beberapa penjelasan kritis mengenai kualitas pelayanan yang telah diabaikan dalam literatur dan mengajukan sebuah model komprehensif dan sebuah kerangka kerja instrumen untuk mengukur penerimaan pelanggan mengenai kualitas pelayanan. Instrumen telah dirancang dengan referensi khusus pada sektor perbankan. Data diambil dari pelanggan bank pada saat ekonomi sedang berkembang besar. Instrumen yang diajukan secara empiris dites unidimensionalitasnya, reliabilitas dan validitas konstraknya menggunakan sebuah pendekatan analisis faktor konfirmatori. Penelitian terkini menawarkan sebuah prosedur yang sistematis yang dapat membentuk landasan untuk memberikan pandangan lebih lanjut secara konseptual dan empiris komprehensif pada penerimaan konsumen akan kualitas pelayanan dan unsur-unsur pokoknya.

Menurut penelitian sebelumnya yang dilaksanakan oleh Ponirin, SE, (2005) yang berjudul "A Closer Look Into Service Quality and Customer Loyalty in an Indonesian Electronic Retailing" Penelitian ini mengupas tentang perbandingan kualitas pelayanan antara pelanggan yang loyal dan tidak loyal dalam lingkungan ritel elektronik. Penelitian ini dilaksanakan menggunakan metode survey melalui internet (web-based) dengan melibatkan tiga toko elektronik (e-store) dan 324 pelanggan elektronik diseluruh

Indonesia. Terdapat enam determinan kinerja kualitas layanan toko elektronik yang teridentifikasi. Determinan tersebut adalah "ease-of-use", "empathy", "merchandise", "security", "product delivery", dan "purchase option". Sedangkan determinan loyalitas pelanggan yang teridentifikasi adalah "word-of-mouth communication", "purchase intention" dan "complaining behaviour". Ditemukan pula bahwa tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan yang loyal dan non-loyal memiliki perbedaan hampir di semua determinan kualitas layanan. Perbedaan dalam tingkat kualitas layanan juga ditemukan antara pelanggan yang superior loyal dan pelanggan yang loyal berkaitan dengan beberapa variabel kualitas pelayanan. Perbedaan kualitas layanan hanya ditemukan pada konsumen dengan pendidikan yang berbeda. Sementara perbedaan loyalitas hanya ditemukan pada konsumen yang berbeda gender.

Menurut penelitian sebelumnya yang dilaksanakan oleh Dyah Sawitri dan Abdul Halim (2003) yang berjudul "*Bagaimana Membangun Kualitas Layanan Publik*" Layanan publik yang profesional perlu diwujudkan. Iklim layanan yang ada tidak sepenuhnya sesuai dengan yang diharapkan. Administrator, yaitu para pegawai layanan publik, yang seharusnya berperan sebagai *servis provider* dan fasilitator ternyata belum nampak. Birokrasi atau administrator masih menunjukkan sosok sebagai "agen tunggal" dan "majikan besar" dalam layanan publik. Padahal, terciptanya kualitas layanan akan

menciptakan kepuasan terhadap pengguna layanan, yang pada akhirnya dapat memberikan beberapa manfaat, di antaranya terjalin hubungan yang harmonis antara penyedia jasa dan pelanggan, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang, dan terciptanya loyalitas pelanggan, serta membentuk suatu rekomendasi dari mulut-kemulut yang menguntungkan bagi penyedia jasa tersebut. Terdapat sepuluh peningkatan kualitas pelayanan, yaitu: (1) ketepatan waktu, (2) akurasi, (3) kesopanan dan keramahan, (4) tanggung jawab, (5) kelengkapan, (6) kemudahan, (7) variasi model, (8) layanan pribadi, (9) kenyamanan, (10) atribut pendukung lainnya.

2.2. Landasan Teori

2.2.1. Pengertian Pemasaran

Pemasaran merupakan suatu proses penyampaian barang dan jasa yang ditawarkan, sesuai dengan tingkah laku atau keinginan kemanusiaan dalam mempertahankan kelangsungan hidupnya, sehingga pemasaran merupakan faktor penting dalam proses pemenuhan kepuasan konsumen. Banyak definisi pemasaran dikemukakan oleh para ahli, definisi tersebut antara lain dikemukakan oleh:

1. William J. Stanton (dalam buku Basu Swasta, 1997:4) adalah sebagai berikut:

”Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditunjukkan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan

dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial” (Basu Swasta DH,1991 : 5)

2. Basu Swasta memberikan pendapat sebagai berikut:

”Pemasaran adalah kegiatan manusia yang diarahkan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran”

(Basu Swasta DH dan Irawan, 1993 : 5)

Dari dua definisi diatas dapat diterangkan bahwa arti pemasaran adalah mencakup usaha perusahaan, dimulai dengan mengidentifikasi kebutuhan konsumen agar konsumen puas, menentukan jenis produk, menentukan harga yang sesuai, serta kegiatan promosi dan penyalurannya ke calon konsumen.

2.2.2. Pengertian Manajemen Pemasaran Jasa

Pengertian manajemen pemasaran menurut Philip Kotler sebagai berikut:

Manajemen pemasaran adalah analisis, perencanaan, penerapan dan pengendalian terhadap program yang direncanakan untuk menciptakan, membangun dan mempertahankan pertukaran dan hubungan yang menguntungkan dengan pasar sasaran dengan maksud untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi.

(Kotler, 1990 : 20)

Pengertian manajemen pemasaran diatas meliputi tahap perencanaan yang merupakan tahap penentu kelangsungan dan kesuksesan organisasi, karena tahap perencanaan merupakan dasar sebelum kegiatan dilaksanakan. Bila perencanaan dilakukan dengan baik dan benar maka usaha akan berlanjut. Setelah diterapkan dalam pencapaian tujuan, proses yang terakhir adalah pengawasan dari penerapan rencana agar tidak terjadi kemungkinan penyimpangan.

Dalam manajemen pemasaran terdapat empat variabel bauran pemasaran yang merupakan inti dari sistem pemasaran perusahaan atau lebih dikenal dengan istilah 4P yaitu produk, promosi, harga, distribusi dan 3P yaitu orang (people), bukti fisik (physical evidence), proses (process). Masing-masing penerapan pada variabel penelitian antara lain:

1. Produk

”Produk adalah sifat yang komplek baik dapat diraba maupun tidak dapat diraba, termasuk bungkus, warna, harga, prestise perusahaan dan pengecer, pelayanan perusahaan yang diterima oleh pembeli untuk memuaskan keinginan dan kebutuhannya”(Kottler, 1990 : 93).

2. Price (Harga)

”Harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya” (Kotler, 1990 : 241).

3. Promosi (Promotion)

Promosi adalah salah satu jenis kegiatan pemasaran yang ditunjukkan untuk mendorong permintaan. (Kotler, 1990 : 349).

Sedangkan promotional mix adalah kombinasi strategi yang paling baik dari variabel-variabel periklanan, personal selling, dan alat promosi yang lain, yang semuanya direncanakan untuk mencapai tujuan program penjualan. (Kotler, 1990 : 350).

Promotional mix meliputi 4 variabel yaitu:

- a. Periklanan : Bentuk presentasi dan promosi non pribadi tentang ide, barang, dan jasa yang dibayar oleh sponsor tertentu.
- b. Personal selling : Presentasi lisan dalam suatu percakapan dengan satu calon pembeli atau lebih yang ditujukan untuk menciptakan penjualan.
- c. Publisitas : Pendorong permintaan secara non pribadi untuk suatu produk, jasa atau ide dengan menggunakan berita komersial di dalam media massa dan sponsor tidak dibebani sejumlah bayaran secara langsung.
- d. Promosi penjualan : Kegiatan pemasaran selain personal selling, periklanan dan publisitas yang mendorong pembelian konsumen dan efektifitas pengecer.

4. Saluran Distribusi (Place)

Saluran distribusi digunakan untuk memindahkan produk ke konsumen yang dituju, dengan tujuan memperlancar arus produk, mempercepat proses pertukaran serta mengurangi permasalahan yang dihadapi produsen.

Untuk memudahkan pemindahan produk dibutuhkan perantara pemasaran. Sedangkan perantara pemasaran ini terbagi menjadi dua, yaitu: perantara pedagang (*merchant middleman*). Bertanggung jawab terhadap pemilikan semua barang yang dipasarkan. Kepribadian juga mempengaruhi perilaku pembeli pada konsumen. Dalam kepribadian individu terdapat tiga unsur, yaitu: Pengetahuan, Perasaan, Dorongan naluri.

Sikap adalah kecenderungan yang mempelajari untuk bereaksi terhadap penawaran produk dalam masalah yang baik atau buruk secara konsisten.

5. Partisipan

Partisan atau orang (*people*) adalah Semua pelaku yang memainkan sebagian penyajian jasa dan karenanya mempengaruhi persepsi pembeli.

6. Bukti fisik

Bukti fisik , lingkungan fisik dimana jasa disampaikan dan dimana perusahaan dan konsumennya berinteraksi, dan setiap komponen tangibel memfasilitasi penampilan atau komunikasi jasa tersebut.

7. Proses

Proses yaitu semua prosedur aktual, mekanisme, dan aliranaktivitas dengan mana jasa disampaikan yang merupakan sistem penyajian atau operasi jasa.

2.2.3. Pengertian Jasa

Sejumlah ahli tentang jasa merumuskan jasa sebagai berikut :

Kotler (1997, 476) merumuskan jasa sebagai berikut :

”Setiap tindakan atau unjuk kerja yang ditawarkan oleh salah satu pihak kepada pihak lain yang secara prinsip intangibel dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun, produksinya bisa dan bisa juga tidak terikat pada suatu produk fisik”.

Leonard L. Berry, seperti dikutip oleh Zeithami dan Bitner (1996, 5), mendefinisikan :

” jasa itu sebagai deeds (tindakan, prosedur, aktivitas) proses- proses, dan unjuk kerja yang intangibel”.

Adrian payne (1993, 6), merumuskan jasa sebagai berikut :

” aktivitas ekonomi yang mempunyai sejumlah elemen (nilai atau manfaat) antangibel yang berkaitan dengannya, yang melibatkan sejumlah interaksi dengan konsumen atau dengan barang- barang milik, dan tidak menghasilkan transfer kepemilikan perubahan dalam kondisi bisa saja muncul dan produksi suatu jasa bisa saja atau bisa juga tidak mempunyai kaitan dengan produk fisik”.

R. G. Mudrick, dkk. (1990, 4) mendefinisikan jasa dari penjualan dan konsumsi secara kontras dengan barang :

” Barang adalah suatu obyek tangibel yang dapat diciptakan dan dijual atau digunakan setelah selang waktu tertentu. Jasa adalah intangibel (seperti kenyamanan, hiburan, kecepatan, kesenangan, dan kesehatan) dan perishabel (jasa tidak mungkin disimpan sebagai persediaan yang siap dijual atau konsumsi pada saat diperlukan). Jasa diciptakan dan dikonsumsi secara simultan”.

Zeithami dan Bitner (1996, 5), merangkum semua definisi diatas :

” mencakup semua aktivitas ekonomi yang outputnya bukanlah produk atau konstruksi fisik, yang secara umum konsumsi dan produksinya dilakukan pada waktu yang sama, dan nilai tambah yang diberikannya dalam bentuk (kenyamanan, keamanan, liburan, kecepatan, dan kesehatan) yang secara prinsip intangibel bagi pembeli pertamanya”.

2.2.4. Keputusan Pembelian

Keputusan konsumen sebenarnya merupakan kumpulan dari sejumlah keputusan. Menurut Basu Swasta DH dan Irwan,(1993) keputusan membeli mempunyai struktur yang terdiri dari tujuh komponen, yaitu:

1. Keputusan tentang jenis produk:

Konsumen dapat mengambil keputusan untuk membeli sebuah produk atau mungkin menggunakan uangnya untuk tujuan lain. Dalam hal ini perusahaan harus memusatkan perhatiannya kepada calon pembeli yang berminat membeli produk serta alternatif lain yang mereka pertimbangkan.

2. Keputusan tentang bentuk produk

Konsumen dapat mengambil keputusan untuk membeli bentuk produk tertentu. Keputusan tersebut menyangkut ukuran, mutu produk, corak dan sebagainya. Dalam hal ini perusahaan harus melakukan riset pemasaran untuk mengetahui kesukaan konsumen tentang produk bersangkutan agar dapat memaksimalkan daya tarik produknya.

3. Keputusan tentang merk

Konsumen harus mengambil keputusan tentang merk mana yang akan dibeli. Setiap merk mempunyai perbedaan-perbedaan tersendiri. Dalam hal ini perusahaan harus mengetahui bagaimana konsumen memilih sebuah merk.

4. Keputusan tentang penjualan

Konsumen harus mengambil keputusan dimana produk tersebut akan dibeli. Dalam hal ini produsen, pedagang besar dan pengecer harus mengetahui bagaimana konsumen memilih penjualan tertentu.

5. Keputusan tentang jumlah produk

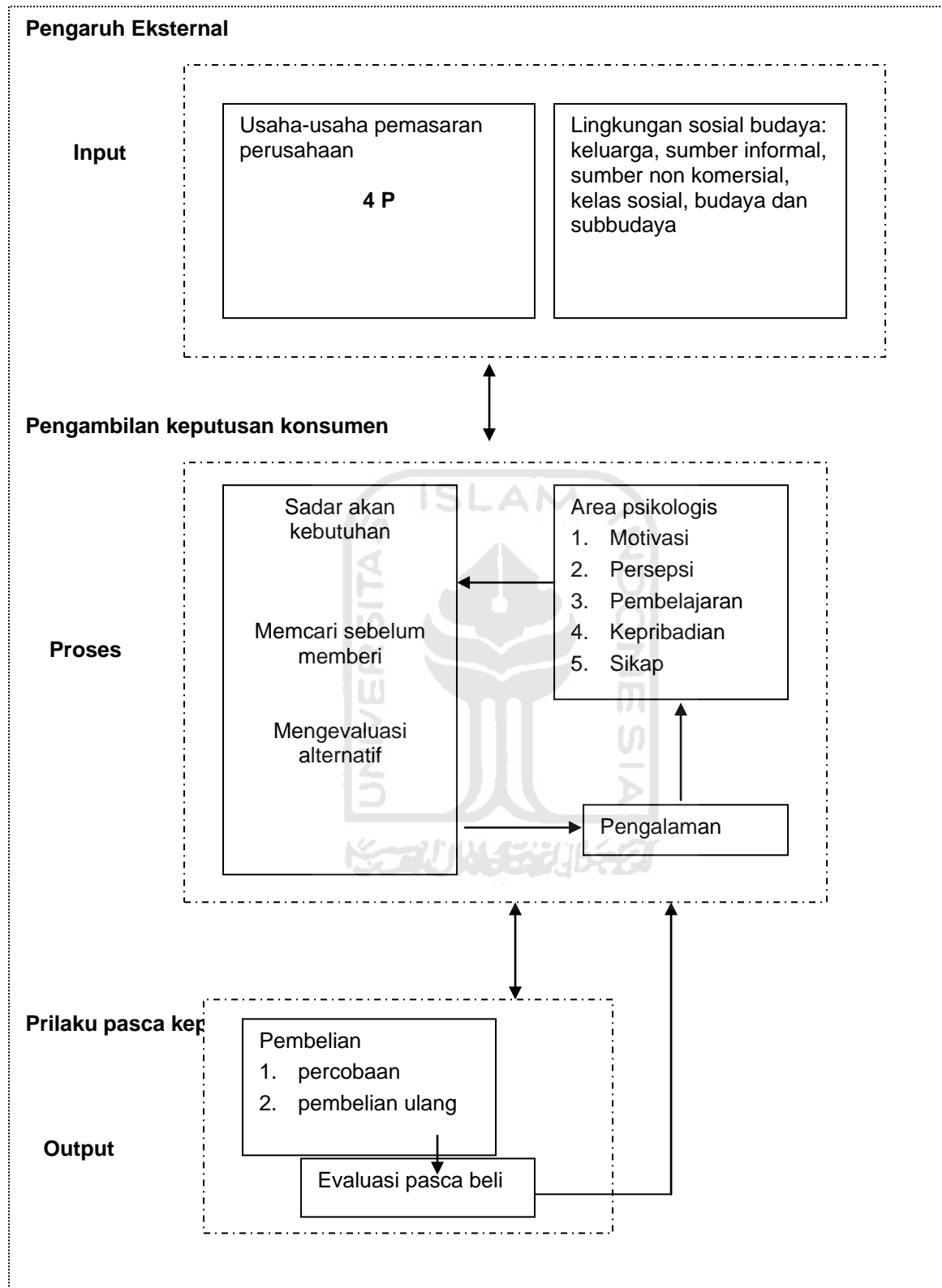
Konsumen dapat mengambil keputusan tentang seberapa banyak produk yang akan dibelinya pada suatu saat. Mungkin saja konsumen akan membeli lebih dari satu unit. Dalam hal ini perusahaan harus mempersiapkan banyaknya produk yang mau dijual sesuai dengan keinginan yang berbeda-beda dari pembeli.

6. Keputusan tentang waktu pembelian

Konsumen dapat mengabdikan keputusan tentang kapan ia harus melakukan pembelian.

7. Keputusan tentang cara pembayaran

Konsumen harus mengambil keputusan tentang metode atau cara pembayaran produk yang dibeli apakah secara tunai atau dengan cicilan.



Untuk mengidentifikasi keputusan konsumen dalam melakukan suatu pembelian terdapat 5 peran, yaitu:

1. Orang yang mengambil inisiatif (*initiator*).
Yaitu orang yang pertama kali menyarankan membeli suatu produk atau jasa tertentu.
2. Orang yang mempengaruhi (*Influencer*).
Yaitu seseorang yang pandangan atau nasihatnya memiliki pengaruh terhadap keputusan akhir.
3. Orang yang mengambil keputusan (*Decider*).
Yaitu orang yang memutuskan pada salah satu atau seluruh komponen atau keputusan pembeli, apakah membeli atau tidak, apakah yang akan dibeli, bagaimana membelinya, atau dimana membelinya.
4. Orang yang membeli (*Buary*).
Yaitu orang yang akan melakukan pembelian sesungguhnya.
5. Orang yang memakai (*User*).
Yaitu orang yang akan mengkonsumsi atau memakai produk atau jasa.

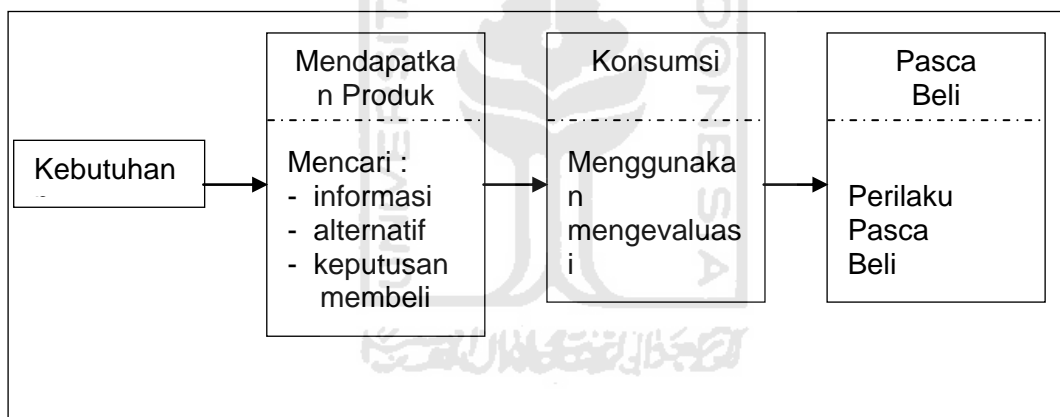
2.2.5. Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen adalah ”proses yang dilalui oleh seseorang dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan bertindak pasca konsumsi produk, jasa maupun ide yang diharapkan bisa memenuhi kebutuhannya”. Schiffman dan Kanuk (2000).

Perilaku konsumen adalah suatu proses yang terdiri dari beberapa tahap yaitu:

- Tahap perolehan (*acquisition*) : mencari (*searching*) dan membeli (*purchasing*).
- Tahap konsumsi (*consumption*) : menggunakan (*using*) dan mengevaluasi (*evaluating*).
- Tahap tindakan pasca beli (*disposition*) : apa yang dilakukan oleh konsumen setelah produk itu digunakan untuk konsumsi.

Proses ini dapat digambarkan sebagai berikut :



Dra. Ristiyanti Prasetijo, MBA dan Prof. John J.O.I Ihalauw, Ph.D.(2005)

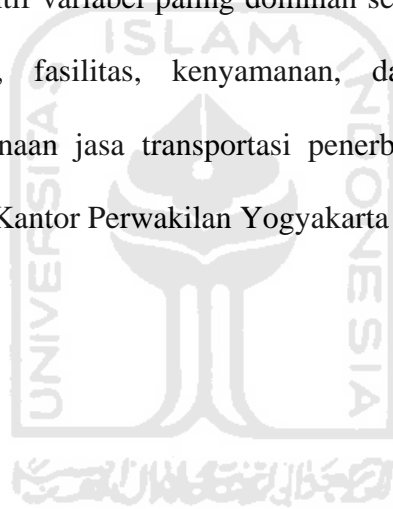
” *perilaku konsumen* ” hal. 10

2.3. Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan sementara yang dapat diambil yang fungsinya untuk memperlancar analisis yang dilakukan. Dengan menggunakan hipotesis ini akan dimunculkan dugaan-dugaan atau jawaban awal yang nantinya akan diuji

kebenarannya. Berdasarkan teori yang diutarakan dalam landasan teori dan berbagai bahasan tentang pemasaran, manajemen pemasaran, hingga pembahasan keputusan pembelian, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Ada pengaruh positif secara simultan antara faktor pelayanan, harga, fasilitas, kenyamanan, dan keamanan terhadap keputusan penggunaan jasa transportasi penerbangan studi kasus PT. Garuda Indonesia Kantor Perwakilan Yogyakarta.
- Ada pengaruh positif variabel paling dominan secara parsial antara faktor pelayanan, harga, fasilitas, kenyamanan, dan keamanan terhadap keputusan penggunaan jasa transportasi penerbangan studi kasus PT. Garuda Indonesia Kantor Perwakilan Yogyakarta



BAB III

METODELOGI PENELITIAN

Untuk mempermudah penulis dalam melakukan penelitian dan menjawab permasalahan secara metodologis dan akurat diperlukan metodologi penelitian yang mendukung. Oleh karenanya dalam bab ini akan dibahas mengenai:

3.1. Gambaran Umum Perusahaan

3.1.1. Sejarah Berdirinya Perusahaan

PT. Garuda Indonesia berdiri pada tanggal 26 Januari 1949 ditandai dengan penerbangan pesawat Dakota RI-001 “seulawah” (gunung emas) dari Calcuta India menuju Burma untuk melaksanakan misi niaga yang merupakan pertanda lahirnya sebuah maskapai penerbangan nasional yang membawa bendera Republik Indonesia dengan nama “Indonesia Airways”.

Pada tahun 1950 pemerintah sebagai pemegang saham mengganti nama Indonesia Airways menjadi “Garuda Indonesia Airways” sampai sekarang. Pengoperasian Garuda Indonesia secara resmi berlaku baru pada tanggal 31 Maret 1950, melalui akte No. 137 Notaris Raden Kardiman, dimana pembagian sahamnya adalah 49% dimiliki NV Garuda Indonesia (saat itu Republik Indonesia Serikat) dan sekitar 51% KLM (Penerbangan Pemerintah Belanda).

Saat itu penerbangan Garuda Indonesia didominasi oleh penerbangan asal Belanda. Armada Garuda Indonesia yang pertama melayani jaringan

penerbangan didalam negeri terdiri dari 20 pesawat DC-3/C-47 dan 8 pesawat jenis PBY, Catalina Amphibi. Untuk melebarkan sayapnya, Garuda Indonesia telah mendapatkan pembaharuan armadanya serta mengangkut kontingen Olympiade Indonesia ke Melbourne Australia. Status Garuda Indonesia sendiri yang pada mulanya berstatus NV lalu beralih menjadi PT (Perseroan Terbatas), maka pada tanggal 17 April 1961 dirubah lagi sebagai Perusahaan Negara (PN). Pada tahun 1975 Garuda Indonesia berubah lagi menjadi Perseroan Terbatas hingga sekarang.

Ketika terjadi perubahan status, perusahaan sudah semakin besar dengan mengembangkan sayapnya dan menerbangi seluruh wilayah Republik Indonesia dan dengan menggunakan pesawat dengan jenis electra Garuda Indonesia telah menerbangi negara sahabat yaitu Hongkong, Bangkok, Singapura dan Jepang.

Pada bulan Maret 1964 telah ditandatangani persetujuan kenegaraan umum timbal balik (reciprocal General Sales Agency Agreement) antara Garuda Indonesia dengan KLM, dimana dalam persetujuan tersebut pihak Garuda Indonesia akan mewakili KLM dalam segala kepentingan diseluruh wilayah Indonesia, sedangkan KLM akan bertindak sama diseluruh wilayah Belanda.

Pada tahun 1968 telah terjadi serah terima jabatan direktur utama diperusahaan penerbangan nasional Garuda Indonesia yaitu dari capten penerbang Sudarmono kepada Wiweko Supono. Dibawah kepemimpinan yang baru ini Garuda Indonesia mulai mengembangkan sayapnya dengan

memperbaharui armadanya dengan mendatangkan pesawat dengan jenis antara lain adalah DC-8 dan pada saat itu Garuda Indonesia telah memiliki sejumlah armada antara lain 17 Dacota, 8 Convair 340, 3 buah Lockheed electra, 3 buah jet Convair 990 dan CD-8. pada perkembangan terakhir pemerintah telah merubah status Garuda Indonesia dari Perseroan Terbatas sebagai Badan Usaha Milik Negara (BUMN).

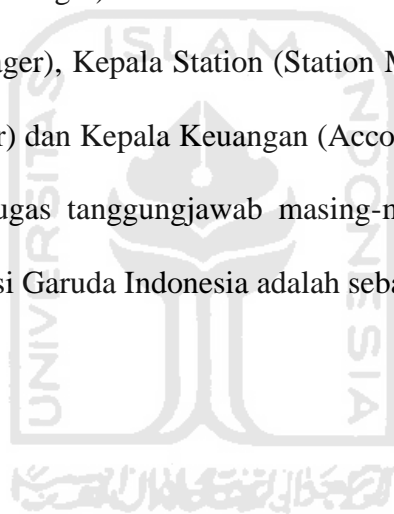
3.1.2. Struktur Organisasi Perusahaan PT. Garuda Indonesia Yogyakarta

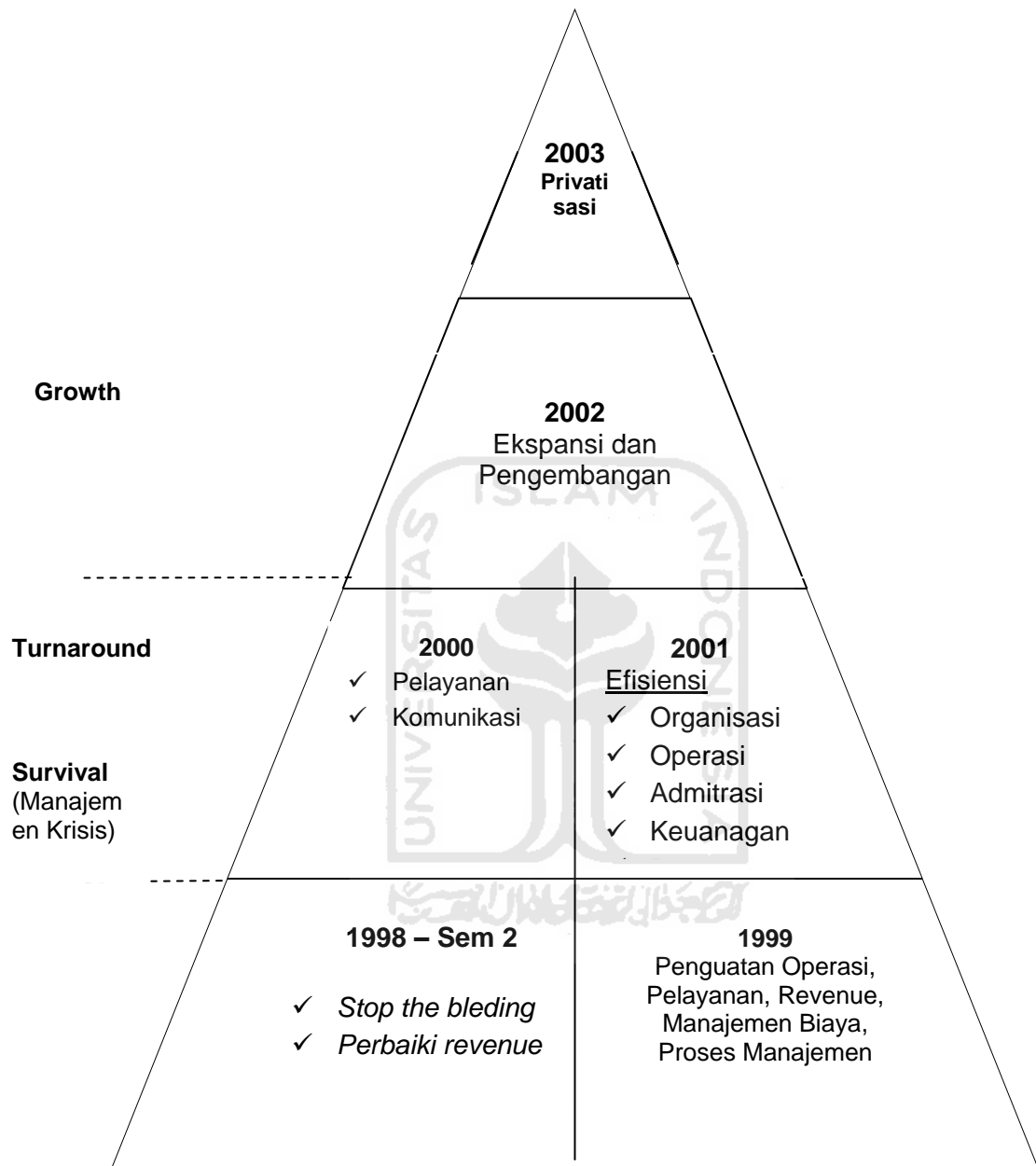
Organisasi adalah wadah dimana kerjasama orang-orang atau kelompok orang bekerjasama dengan menggunakan dana, alat Bantu teknologi serta mau terikat dengan peraturan-peraturan dan lingkungan tertentu, agar dapat mengarah pada pencapaian tujuan yang diinginkan. Tanpa adanya organisasi yang baik, maka dapat diduga bahwa manajemen perusahaan tersebut kurang atau tidak baik, selanjutnya berakibat kurang untuk tercapainya tujuan perusahaan.

Struktur organisasi berfungsi sebagai bantuan yang mengatur, memberi wewenang dan menghubungkan tiap bagian departemen. Oleh karena struktur organisasi perusahaan sangat penting dalam usaha pencapaian tujuan perusahaan yang diharapkan.

3.1.3. Personalia

Karyawan Garuda Indonesia dikategorikan sebagai karyawan BUMN dan secara otomatis semua peraturan dan kebijaksanaan kepegawaian Garuda Indonesia juga bersumber dari pemerintah yaitu BUMN. Jumlah karyawan Garuda Indonesia perwakilan Yogyakarta dipimpin oleh seorang Kepala Perwakilan (General Manager) dan dibantu oleh beberapa bagian yaitu kepala penjualan (Sales Manager), Kepala Station (Station Manager), Kepala Teknik (Maintenance Manager) dan Kepala Keuangan (Account Manager) yang mana mereka mempunyai tugas tanggungjawab masing-masing. Tahapan-tahapan konsepsional privatisasi Garuda Indonesia adalah sebagai berikut:





Sumber : Abdul Gani. (2002): “perkembangan Garuda Indonesia yang terbaru” (1998-2001). Laporan tertulis ini tidak dipublikasikan, diberikan oleh A. Gani kepada penulis (Rhenald Kasali, Ph. D.), 28 januari 2002.

3.1.4. Fasilitas Yang Dimiliki Oleh PT. Garuda Indonesia

Didalam aktivitas sehari-hari Garuda Indonesia Yogyakarta bergerak dibidang jasa penerbangan, dimana dalam sehari-hari melayani jalur penerbangan dengan tujuan Jakarta, Denpasar dan Mataram. Adapun fasilitas pesawat yang dimiliki oleh Garuda Indonesia adalah pesawat terbang yang berteknologi tinggi yang sudah menggunakan mesin jet dan sampai sekarang jumlah yang dimiliki kurang lebih 45 buah dengan berbagai jenis pesawat yang antara lain adalah boeing 747-400 mengatop dengan seat kapasitas 18 C class, 64 I class, 232 T class, Boeing 747-200 dengan seat kapasitas 20 C class, 411 Y class, Airbus A330-300 dengan seat kapasitas 42 C class, 252 Y class, DC -10 dengan seat kapasitas 24 C class, 223 Y class, B 737-500 dengan seat kapasitas 20 C class, 72 Y class, B 737-300 dengan seat kapasiotas 22 C class, 82 Y class, B 737-400 dengan seat kapasitas 22 C class, 102 Y class, B 737-300 dengan seat kapasitas 20 C class, 88 Y class.

Garuda Indonesia adalah perusahaan yang bergerak dibidang penerbangan baik jalur dalam negeri maupun jalur Internasional. Jadi kegiatan pokok dari perusahaan ini adalah jasa pelayanan penerbangan baik penumpang dan angkutan barang. Garuda Indonesia adalah maskapai penerbangan yang membawa bendera nasional. Dengan demikian maka selain mengemban misi bangsa/pemerintah yaitu melakukan tugas nasional yang sewaktu-waktu diperlukan.

3.1.5. Aktivitas Perusahaan

Aktivitas dari Garuda Indonesia perwakilan Yogyakarta adalah melayani jalur penerbangan baik penumpang maupun barang dari Yogyakarta menuju Jakarta, Denpasar, Mataram dan banyak jalur terusan disemua pulau-pulau Sumatera, Kalimantan, Sulawesi dan Irian Jaya dan juga melayani jalur Internasional dengan tujuan Singapura, Hongkong, Bangkok, Kuala Lumpur, Korea, Tokyo, Nagoya, Osaka, Sydney, Melbourne, Darwin, Perth, Brisbane, Auckland, Cairns, Amsterdam, London, Frankfurt, Jeddah.

3.1.6. Orientasi Perusahaan Terhadap Konsumen

Orientasi perusahaan pada dasarnya adalah menitik beratkan pada pangsa pasar menengah keatas. Pangsa pasar ini menurut Garuda Indonesia sangat potensial dikarenakan konsumen dari perusahaan penerbangan adalah orang-orang yang memang membutuhkan kecepatan, ketepatan, keamanan dan keselamatan perjalanan bisnis mereka.

Dari Business Plan yang dibuat oleh Garuda Indonesia Yogyakarta maka segmentasi pasar di Yogyakarta dapat dipromosikan sebagai berikut:

1. Konsumen business (Business passengers) diperkirakan 25%
2. Wisatawan manca Negara dan nusantara diperkirakan sebesar 38%
3. Pelajar dan mahasiswa (student) diperkirakan 15%
4. Manula (Old people) sebesar 7%
5. Lain-lainnya (TNI/POLRI, dan pejabat pemerintah) sebesar 15%

Dari data diatas sebagianbesar konsumen Indonesia Yogyakarta memeng dapat dikategorikan menengah keatas , hal ini dapat diklasifikasikan bahwa sebagian besar pelaku bisnis selalu menggunakan angkutan penerbangan Garuda Indonesia, juga dosen terbang yang selalu menginginkan ketepatan dan kecepatan waktu dan untuk petinggi TNI dan POLRI juga pejabat pemerintah pun selalu menggunakan jasa penerbangan Garuda Indonesia.

3.2. Metodologi Penelitian

3.2.1. Objek Penelitian

Objek dalam penelitian adalah konsumen yang menggunakan jasa transportasi udara PT. Garuda Indonesia Kantor Perwakilan Yogyakarta.

3.2.2. Jenis Data

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari penelitian yang dilaksanakan, misalnya data hasil jawaban kuesioner, dan hasil wawancara dengan karyawan di perusahaan.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari catatan perusahaan maupun pihak-pihak lain yang ada hubungannya dengan penelitian ini.

3.2.3. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah jumlah dari keseluruhan obyek (satuan-satuan atau individu-individu) yang karakteristiknya hendak diduga. Dalam penelitian ini populasinya adalah konsumen yang menggunakan jasa transportasi udara PT. Garuda Indonesia Kantor Perwakilan Yogyakarta, dengan jumlah konsumen tidak diketahui secara pasti.

b. Sampel.

Sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diselidiki dan dianggap bisa mewakili keseluruhan populasi. Sampel dalam penelitian sebagian dari konsumen jasa transportasi udara PT. Garuda Indonesia perwakilan Yogyakarta. Karena jumlah populasi tidak diketahui, metode pengambilan sampel menggunakan metode *convenience sample*, yaitu penelitian berhak memilih sampel dari setiap anggota populasi yang datang. Sampel yang digunakan sebanyak 100 orang atau untuk memenuhi syarat *sampling* dalam penelitian sosial.

Penentuan jumlah sampel :

Berkaitan dengan jumlah populasi yang tidak diketahui, maka penentuan jumlah sampel ditentukan dengan rumus :

$$n = \frac{(Z \frac{1}{2} \alpha)^2 \cdot S^2}{E^2}$$

Dimana :

n = Besarnya sampel

Z = Confidence Coefisient, dalam penelitian ini 95%, maka
ditabel bernilai 1,96

α = Taraf signifikan dalam penelitian ini bernilai 5%

S = Standart deviasi sampel dalam penelitian ini 9,33

E = Deviasi sampling maksimum 0,455

Jadi jumlah sampel yang akan diambil adalah

$$n = \frac{(1,96.1/2.0,05)^2 \cdot (9,33)^2}{(0,455)^2}$$
$$= 100$$

Dari perhitungan tersebut maka sampel yang diambil adalah 100

3.2.4. Metode pengumpulan Data

a. Kuersioner

Kuersioner atau angket yaitu memberikan pernyataan dengan menggunakan suatu daftar pernyataan yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti guna memperoleh data yang diperoleh. Sedangkan untuk penelitian hasil kuesioner digunakan sistem skor untuk mengkuantifisir data yang bersifat kualitatif, yaitu sebagai berikut:

- 1) Untuk jawaban a diberi nilai 5
- 2) Untuk jawaban b diberi nilai 4
- 3) Untuk jawaban c diberi nilai 3
- 4) Untuk jawaban d diberi nilai 2

5) Untuk jawaban e diberi nilai 1

b. Wawancara

Metode wawancara dilakukan terhadap karyawan atau staf yang berhak memberikan keterangan tentang PT. Garuda Indonesia Kantor Perwakilan Yogyakarta. Wawancara di tujukan untuk memperoleh informasi pendukung lain yang berhubungan dengan penelitian ini.

c. Dokumenter

Metode dokumentasi adalah mengambil data lain yang diperlukan dari catatan perusahaan maupun pihak-pihak lain yang ada relevansinya dengan penelitian ini.

3.3. Metode Analisa Data

2.3.1. Analisa Kualitatif

Metode analisa kualitatif adalah analisa data tanpa menggunakan perhitungan dengan formula atau rumus-rumus tertentu, tetapi analisa ini menggunakan perbandingan-perbandingan pada data tertentu, dimana dalam penelitian akan digunakan tabel frekuensi.

2.3.2. Analisa Kuantitatif

3.3.2.1. Uji Validitas dan Reliabelitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diuji oleh kuesioner tersebut. Untuk menguji validitas digunakan korelasi berganda, yaitu:

$$R_{xy} = \sqrt{\frac{\sum XY + a_1 X_2 + a_2 Y_2}{\sum Y^2}}$$

R_{xy} = koefisien korelasi

$a_1 - a_2$ = jumlah responden yang diteliti

X = variabel x (skor setiap butir kuesioner)

Y = Variabel y (jumlah skor seluruh butir kuesioner)

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruksi. Butir pertanyaan dikatakan reliabel apabila jawaban responden terhadap pertanyaan adalah konsisten. Disini jawaban setiap butir pertanyaan baik pada konstruk lingkungan internal, lingkungan eksternal dan kepuasan kerja harus tidak acak, jika jawaban acak maka dikatakan tidak reliabel. Pengukuran reliabilitas dilakukan dengan pengukuran kehandalan butir pertanyaan dengan sekali penyebaran kuesioner pada responden, kemudian hasil skornya diuji korelasinya antar skor jawaban pada butir

pertanyaan yang sama dengan bantuan komputer program SPSS dengan fasilitas Croanbach Alpha (α). Sesuatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai croanbach alpha > 0,70.

3.3.2.2. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh faktor-faktor perilaku konsumen terhadap penggunaan jasa transportasi Garuda Indonesia.

Adapun statistiknya sebagai berikut : (Husein Umar, 2000:190)

$$Y = a + b_1x_1 + \dots + b_nx_n$$

Dimana :

Y = Variabel terikat

$x_1 \dots x_n$ = Variabel bebas

a = Bilangan konstanta

b = Koefisien regresi

untuk mencari nilai a dan b digunakan persamaan normal sebagai berikut :

(Djawanto PS, Pangestu Subagyo, 1996:311)

$$\sum Y = na + b_1 \sum x_1 + \dots + b_n \sum x_n$$

$$\sum_{x_1} Y = a \sum x_1 + b_1 \sum x_1^2 + \dots + b_n \sum x_1 x_n$$

$$\sum_{x_2} Y = a \sum x_2 + b_1 \sum x_1 x_2 + \dots + b_n \sum x_2^2$$

3.3.2.3. Uji Hipotesis

Langkah-langkah uji hipotesis :

1). Menentukan hipotesis nihil yang akan di uji

Hipotesis nihil $\Rightarrow H_o : a, b = 0$, hal ini berarti nilai a dan b tidak dapat digunakan untuk memprediksi perubahan variabel terikat. Hipotesis alternatif $\Rightarrow H_i : a, b \neq 0$, hal ini berarti nilai a dan b dapat digunakan untuk memprediksi perubahan variabel terikat.

2). Level OF Significance

Degrees of Freedom $n \leq 30$ (besar sampel lebih kecil atau sama dengan 30). Di mana pada penentuan nilai t tabel pengujian digunakan dengan dua sisi, sehingga pada penentuan t tabel tersebut menggunakan $(-\alpha/2 < t \text{ tabel} < \alpha/2)$, dimana pencarian nilai d.f = n - k - 1 (Anto Dayan, Algifari, 1997 : 59).

3). Menentukan standar error of estimate (S_{xy}) (Djarwanto PS, Pandestu Subagyo, 1996:304)

Standar error of estimate digunakan untuk mengevaluasi ketelitian dari suatu pendugaan atau *goodness* dari suatu keputusan. Perhitungannya dapat digunakan rumus sebagai berikut :

$$S_{yx} = \sqrt{\frac{\sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{n}}{n-1}}$$

4). Selanjutnya untuk melakukan uji hipotesis diawali dengan melakukan perhitungan nilai t (Djarwanto PS, Pangestu Subagyo, 1996 : 307), dengan rumus sebagai berikut:

$$t = \frac{b - \beta}{Sb}$$

di mana Sb atau standar error of the regression coefficient diperoleh dengan rumus : (Djarwanto PS, Pangestu Subagyo, 1996:306)

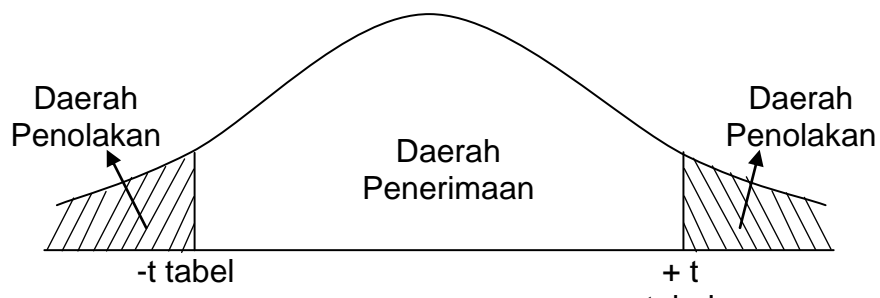
$$Sb = \frac{S_{yx}}{\sqrt{\sum_{i=1}^n xi^2 - \frac{(\sum_{i=1}^n xi)^2}{n}}}$$

5). Kesimpulan

Ho = diterima apabila $-t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel} \leq t \text{ hitung}$

Ho = ditolak apabila $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ atau $t \text{ hitung} < -t \text{ tabel}$

Dimana jika digambarkan dalam diagram adalah sebagai berikut:



3.3.2.4. Analisis Korelasi Berganda

Adalah suatu analisis yang digunakan untuk melakukan pengukuran sejauh mana hubungan antara variabel-variabel yang diteliti. Rumus yang digunakan sebagai berikut (Samsubar Saleh, 1996 : 327):

$$R = \frac{\left[\sum_{i=1}^n XY \right] - \left[\sum_{i=1}^n X \right] \left[\sum_{i=1}^n Y \right]}{\sqrt{\left[\sum_{i=1}^n X^2 \right] - \frac{\left[\sum_{i=1}^n X \right]^2}{n}} \sqrt{\left[\sum_{i=1}^n Y^2 \right] - \frac{\left[\sum_{i=1}^n Y \right]^2}{n}}}$$

keterangan :

R = koefisien kolerasi

Y = variabel volume penjualan

$X_1 - X_n$ = variabel-variabel bebas

Koefisien kolerasi dinyatakan dengan angka antara - 1 sampai dengan 1, dan diberi simbol r.

Bila R = 1 antara ada hubungan yang sempurna positif antara variabel-variabel x terhadap variabel y. Namun jika angka tersebut mendekati 1 berarti hubungan antara keduanya adalah kuat positif.

Bila R = -1 artinya ada hubungan yang sempurna negatif antara variabel-variabel x terhadap variabel y. Namun jika angka tersebut mendekati -1 berarti hubungan tersebut kuat negatif.

Bila R = 0 artinya tidak ada hubungan antara variabel-variabel x dengan variabel y. Jika mendekati 0 namun positif berarti hubungan antara keduanya lemah positif, sebaliknya jika mendekati 0

namun angkanya negatif berarti keduanya berhubungan secara lemah negatif.

R^2 (koefisien determinasi) dapat dihitung dengan mempergunakan program spss 10.0 yang secara umum dirumuskan sebagai berikut :

$$R^2 = \frac{1 - \sum y^2 - (b_1 \sum yx_1 + b_2 \sum yx_2 + \dots + b_k \sum yx_k)}{\sum y^2}$$

Atau

$$R^2 = 1 - \frac{\sum (y - \hat{y})^2}{\sum y^2}$$

R^2 = koefisien determinasi

Nilai R^2 terletak antara 0 dan 1. jika $R^2 = 1$ berarti 100% total variasi variabel dependen diterangkan oleh variabel independen jika $R^2 = 0$ berarti tidak variasi tidak variasi Y yang diterangkan oleh X_1, X_2, X_3, X_4 maupun X_5 .

3.3.2.5. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi kalsik model regresi berganda ini merupakan beberapa asumsi yang dipakai untuk menguji kuesioner, terdiri dari :

3.3.2.5.(1). Uji Multikolinearitas

Uji asumsi klasik ini diterapkan untuk analisis regresi berganda yang terdiri atas dua atau lebih variabel bebas (X_1, X_2, \dots, X_n), dimana

akan diukur tingkat asosiasi (keeratan) pengaruh antar variabel bebas tersebut melalui besaran koefisien korelasi (r).

3.3.2.5.(2). Uji Heteroskedastisitas

Dalam persamaan regresi berganda perlu juga diuji mengenai sama atau tidaknya varians dari residual dari observasi yang satu dengan observasi yang lain. Jika residualnya mempunyai varians yang sama atau berbeda disebut terjadi heteroskedastisitas. Persamaan regresi yang baik jika tidak terjadi Heteroskedastisitas.

3.3.2.5.(3). Uji Normalitas Data

Data yang akan dianalisis harus memenuhi distribusi normal, yaitu bilamana jumlah data diatas dan dibawah rata-rata adalah sama demikian simpangan bakunya. Pengujian normalitas data digunakan dilakukan karena jika data yang digunakan tidak memenuhi asumsi ini, maka teknik statistik yang dipakai tidak dapat digunakan untuk menganalisis data tersebut dapat digunakan pendekatan regresi dengan menggambarkan distribusi P dalam hasil perhitungannya. Jika mendekati dan terkumpul dalam satu garis, maka dapat dikatakan data tersebut normal, namun sebaliknya jika titik-titik dalam grafik terpecah, maka dapat dikatakan bahwa data tidak normal.

BAB IV
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1. Pengujian Validitas dan Reliabilitas

4.1.1. Pengujian Validitas

Uji validitas dilakukan dengan bantuan komputer program SPSS Versi 11.5 yang bertujuan untuk mengetahui bahwa setiap butir pernyataan yang diajukan kepada responden telah dinyatakan valid atau tidak. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan teknik korelasi, yaitu dengan membandingkan hasil koefisien korelasi (r_{xy}) dengan nilai kritis r tabel $N = 100 = 0,1965$. Dari hasil uji validitas diperoleh Tabel 4.1 sebagai berikut:

Tabel 4.1
Hasil Uji Validitas

Butir	r hitung	Nilai Kritis (r tabel)	Kesimpulan
Pelayanan (X_1), Koef. Alpha = 0,8473			
X1.1	0.919	0,1965	Valid
X1.2	0.902	0,1965	Valid
X1.3	0.801	0,1965	Valid
Harga (X_2), Koef. Alpha = 0,8883			
X2.1	0.930	0,1965	Valid
X2.2	0.901	0,1965	Valid
X2.3	0.885	0,1965	Valid

Fasilitas (X ₃), Koef. Alpha = 0,8172			
X3.1	0.803	0,1965	Valid
X3.2	0.889	0,1965	Valid
X3.3	0.881	0,1965	Valid
Kenyamanan (X ₄), Koef. Alpha = 0,8905			
X4.1	0.930	0,1965	Valid
X4.2	0.910	0,1965	Valid
X4.3	0.877	0,1965	Valid



Keamanan (X ₅), Koef. Alpha = 0,7861			
X5.1	0.806	0,1965	Valid
X5.2	0.871	0,1965	Valid
X5.3	0.832	0,1965	Valid
Keputusan Penggunaan (Y), Koef. Alpha = 0,7587			
Y1.1	0.807	0,1965	Valid
Y1.2	0.856	0,1965	Valid
Y1.3	0.802	0,1965	Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2007

Dari Tabel 4.1 di atas dapat diketahui besarnya koefisien korelasi dari seluruh butir pernyataan terdiri dari 3 butir pernyataan untuk variabel Pelayanan (X₁), 3 butir pernyataan untuk Harga (X₂), 3 butir pernyataan untuk Fasilitas (X₃), 3 butir pernyataan untuk Kenyamanan (X₄), dan 3 butir pernyataan untuk Keamanan (X₅). Untuk variabel Keputusan Penggunaan terdiri dari 3 butir pernyataan. Dari hasil perhitungan koefisien korelasi (r_{xy}) seluruhnya mempunyai r_{hitung} yang lebih besar dari r tabel (0,1965). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh butir dinyatakan valid. Dengan demikian seluruh butir pernyataan yang ada pada instrumen penelitian dapat dinyatakan layak sebagai instrumen untuk mengukur data penelitian.

Tabel 4.2

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Koef. Alpha	Nilai Kritis	Kesimpulan
Pelayanan (X ₁)	0,8473	0,7	Reliabel
Harga (X ₂)	0,8883	0,7	Reliabel
Fasilitas (X ₃)	0,8172	0,7	Reliabel
Kenyamanan (X ₄)	0,8905	0,7	Reliabel
Keamanan (X ₅)	0,7861	0,7	Reliabel
Keputusan Penggunaan (Y)	0,7587	0,7	Reliabel

Sumber: Data Primer diolah, 2007

Berdasarkan hasil uji reliabilitas diperoleh koefisien reliabilitas alpha sebesar 0,8473 untuk variabel Pelayanan. Untuk koefisien alpha pada variabel Harga sebesar 0,8883. Untuk variabel Fasilitas, besarnya koefisien alpha adalah 0,8172. Untuk variabel Kenyamanan, besarnya koefisien alpha adalah 0,8905. Dan untuk variabel Keamanan, besarnya koefisien alpha adalah 0,7861. Sedangkan untuk variabel Keputusan Penggunaan, besarnya koefisien alpha adalah 0,7587. Variabel ini dapat dinyatakan reliabel karena koefisien alpha lebih besar dari nilai kritisnya yaitu sebesar 0,7, maka dapat disimpulkan bahwa butir-butir pernyataan pada variabel penelitian merupakan pernyataan yang reliabel.

4.2. Analisis Karakteristik Responden

4.2.1. Usia Responden

Berdasarkan usia responden, terdiri atas 3kelompok, yaitu kelompok usia dibawah 25 tahun usia 26 – 30 tahun, usia 30 – 35 tahun dan kelompok diatas 35 tahun. Hasil kuesioner dapat dikumpulkan menjadi data seperti ditunjukkan pada

tabel berikut:

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase
Dibawah 25 tahun	9	9.0%
25 – 30 tahun	21	21.0%
31 – 35 tahun	29	29.0%
Diatas 35 tahun	41	41.0%
Total	100	100.0%

Sumber : Data Primer yang diolah, 2007

Berdasarkan Tabel 4.3 di atas dapat diketahui bahwa responden mayoritas berusia diatas 35 tahun, yaitu sebesar 41% atau 41 orang sedangkan yang berusia dibawah 25 tahun sebanyak 9 orang atau 9%, usia 25 – 30 tahun sebanyak 21 orang atau 21% dan yang berusia 31 - 35 tahun sebesar 29% atau 29 orang. Ini menunjukkan bahwa mayoritas konsumen yang menggunakan jasa penerbangan Garuda Indonesia adalah berusia lebih dari 35 tahun. Hal ini disebabkan karena pada usia tersebut orang sudah mempunyai pekerjaan dan kesibukan yang banyak dan membutuhkan waktu yang cepat menuju tempat tujuan yang berada diluar kota sehingga orang memerlukan jasa transportasi yang cepat seperti pesawat Garuda Indonesia.

4.2.2. Pekerjaan

Berdasarkan pekerjaan responden, terdiri atas 4 kelompok, yaitu kelompok PNS/ABRI, Swasta, Wiraswasta dan lainnya. Hasil analisis data berdasarkan pekerjaan dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.4

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
PNS/ABRI	13	13.0%
Swasta	32	32.0%
Wiraswasta	38	38.0%
Lainnya	17	17.0%
Total	100	100.0%

Sumber : Data Primer yang diolah, 2007

Dari Tabel 4.6 dapat diketahui bahwa pekerjaan konsumen jasa transportasi PT. Garuda Indonesia mayoritas adalah mempunyai pekerjaan wiraswasta yaitu sebesar 38% atau sebanyak 38 orang. Sedangkan yang mempunyai pekerjaan PNS/ABRI sebesar 13% atau sebanyak 13 orang, swasta sebesar 32% atau 32 orang, dan yang mempunyai pekerjaan lainnya sebesar 17% atau 17 orang. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen yang sering menggunakan jasa penerbangan Garuda Indonesia adalah wiraswasta atau pengusaha yang tentunya masalah waktu sangat diperhitungkan untuk melakukan bisnis bahwa ke luar kota yang jaraknya jauh.

4.2.3. Frekuensi Penggunaan

Berdasarkan frekuensi penggunaan, terdiri atas 4 kelompok, yaitu 1 kali, 2 kali, 3 kali dan lebih dari 3 kali. Hasil analisis data berdasarkan frekuensi penggunaan dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.5

Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan

Penggunaan	Jumlah	Persentase
1 kali	6	6.0%
2 kali	22	22.0%
3 kali	35	35.0%
Lebih dari 3 kali	37	37.0%
Total	100	100.0%

Sumber : Data Primer yang diolah, 2007

Dari Tabel 4.5 dapat diketahui bahwa konsumen sebagian besar telah menggunakan jasa transportasi PT. Garuda Indonesia lebih dari 3 kali yaitu sebanyak 37 orang atau sebesar 37%. Sedangkan yang baru 1 kali sebanyak 6 orang atau sebesar 6%, 2 kali sebanyak 22 orang atau sebesar 22%, dan yang 3 kali sebanyak 37 orang atau sebesar 37%. Ini menunjukkan bahwa konsumen jasa transportasi PT. Garuda Indonesia perwakilan Yogyakarta sebagian besar sudah sering menggunakan jasa transportasi ini dan ini mengindikasikan bahwa konsumen sudah percaya dan telah merasakan kepuasan atas pelayanan yang telah diberikan oleh PT. Garuda Indonesia.

4.3. Data dan Analisis

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan, jawaban dari responden telah direkapitulasi kemudian dianalisis untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Penggunaan pada Jasa transportasi PT. Garuda Indonesia Perwakilan Yogyakarta. Analisis data ini melalui dua tahap, yaitu analisis kualitatif dan analisis kuantitatif.

4.3.1. Analisis Deskriptif

4.3.1.1. Kualitas Pelayanan

Kualitas Pelayanan meliputi variabel Pelayanan (X_1), Harga (X_2), Fasilitas (X_3), Kenyamanan (X_4) dan Keamanan (X_5) yang terdiri dari beberapa pernyataan. Setiap pernyataan masing-masing terdiri dari lima alternatif jawaban yaitu jawaban sangat tidak setuju; tidak setuju; ragu-ragu, setuju dan sangat setuju. Jawaban sangat setuju menunjukkan tingkat penilaian yang sangat rendah dan jawaban sangat setuju menunjukkan tingkat penilaian yang sangat tinggi.

Berikut dijelaskan untuk hasil jawaban responden pada masing-masing variabel independen.

Tabel 4.6

Tanggapan Responden Terhadap Variabel Pelayanan (X_1)

No	Pernyataan	Rata-rata
1	Pelayanan ticketing dan akomodasi penerbangan di PT Garuda Indonesia sudah baik	3.93

2	Pelayanan selama perjalanan penerbangan di PT Garuda Indonesia sudah baik	3.87
3	Jenis-jenis pelayanan yang disediakan pada penerbangan di PT Garuda Indonesia sudah baik	3.78
Rata		3.86

Sumber : Data Primer Yang Diolah, 2007

Berdasarkan Tabel 4.6 di atas dapat diketahui bahwa variabel pelayanan, memiliki rata-rata jawaban sebesar 3,86, dengan nilai jawaban rata-rata tertinggi 3,93 pada pernyataan pelayanan ticketing dan akomodasi penerbangan di PT Garuda Indonesia sudah baik dan nilai rata-rata terendah sebesar 3,78 pada pernyataan Jenis-jenis pelayanan yang disediakan pada penerbangan di PT Garuda Indonesia sudah baik. Dengan nilai rata-rata sebesar 3,86 ini menunjukkan bahwa penilaian terhadap variabel pelayanan mempunyai kecenderungan nilai yang tinggi, ini menunjukkan bahwa pelayanan ticketing dan akomodasi penerbangan di PT Garuda Indonesia sudah baik, pelayanan selama perjalanan penerbangan di PT Garuda Indonesia sudah baik, jenis-jenis pelayanan yang disediakan pada penerbangan di PT Garuda Indonesia sudah baik.

Tabel 4.7

Tanggapan Responden Terhadap Variabel Harga (X_2)

No	Pernyataan	Rata-rata
1	Harga tiket penerbangan di PT Garuda Indonesia sudah sesuai dengan fasilitas yang disediakan	3.73

2	Harga tiket penerbangan di PT Garuda Indonesia sudah sesuai dengan jarak tempuh perjalanannya	3.61
3	Harga tiket penerbangan di PT Garuda Indonesia secara umum dapat dikatakan sesuai dengan kondisi keuangan konsumen	3.88
Rata		3.74

Sumber : Data Primer Yang Diolah, 2007

Berdasarkan Tabel 4.7 di atas dapat diketahui bahwa variabel harga, memiliki rata-rata jawaban sebesar 3,74, dengan nilai jawaban rata-rata tertinggi 3,88 pada pernyataan harga tiket penerbangan di PT Garuda Indonesia secara umum dapat dikatakan sesuai dengan kondisi keuangan konsumen dan nilai rata-rata terendah sebesar 3,61 pada pernyataan harga tiket penerbangan di PT Garuda Indonesia sudah sesuai dengan jarak tempuh perjalanannya. Dengan nilai rata-rata sebesar 3,61 ini menunjukkan bahwa penilaian terhadap variabel harga mempunyai kecenderungan nilai yang tinggi, ini menunjukkan bahwa harga tiket penerbangan di PT Garuda Indonesia sudah sesuai dengan fasilitas yang disediakan, harga tiket penerbangan di PT Garuda Indonesia sudah sesuai dengan jarak tempuh perjalanannya, harga tiket penerbangan di PT Garuda Indonesia secara umum dapat dikatakan sesuai dengan kondisi keuangan konsumen.

Tabel 4.8

Tanggapan Responden Terhadap Variabel Fasilitas (X_3)

No	Pernyataan	Rata-rata
----	------------	-----------

1	Harga fasilitas yang disediakan PT Garuda Indonesia sudah sesuai dengan harganya	3.63
2	Harga fasilitas yang disediakan PT Garuda Indonesia dapat mendukung konsumen dalam perjalanan	3.53
3	Harga fasilitas yang disediakan PT Garuda Indonesia secara umum dapat dikatakan sesuai dengan kondisi keuangan konsumen	3.56
Rata		3.57

Sumber : Data Primer Yang Diolah, 2007

Berdasarkan Tabel 4.8 di atas dapat diketahui bahwa variabel fasilitas, memiliki rata-rata jawaban sebesar 3,57, dengan nilai jawaban rata-rata tertinggi 3,63 pada pernyataan harga fasilitas yang disediakan PT Garuda Indonesia sudah sesuai dengan harganya dan nilai rata-rata terendah sebesar 3,53 pada pernyataan harga fasilitas yang disediakan PT Garuda Indonesia dapat mendukung konsumen dalam perjalanan. Dengan nilai rata-rata sebesar 3,57 ini menunjukkan bahwa penilaian terhadap variabel fasilitas mempunyai kecenderungan nilai yang tinggi, ini menunjukkan bahwa harga fasilitas yang disediakan PT Garuda Indonesia sudah sesuai dengan harganya, harga fasilitas yang disediakan PT Garuda Indonesia dapat mendukung konsumen dalam perjalanan, harga fasilitas yang disediakan PT Garuda Indonesia secara umum dapat dikatakan sesuai dengan kondisi keuangan konsumen.

Tabel 4.9

Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kenyamanan (X_4)

No	Pernyataan	Rata-rata
1	Kenyamanan yang diperoleh selama perjalanan sudah sesuai dengan harga tiket yang dibayarkan	3.74
2	Kenyamanan penerbangan di PT Garuda Indonesia dapat mendukung konsumen dalam perjalanan	3.69
3	Kenyamanan penerbangan di PT Garuda Indonesia secara umum dapat dikatakan sesuai dengan kondisi keuangan konsumen	3.61
Rata		3.68

Sumber : Data Primer Yang Diolah, 2007

Berdasarkan Tabel 4.9 di atas dapat diketahui bahwa variabel kenyamanan, memiliki rata-rata jawaban sebesar 3,68, dengan nilai jawaban rata-rata tertinggi 3,74 pada pernyataan kenyamanan yang diperoleh selama perjalanan sudah sesuai dengan harga tiket yang dibayarkan dan nilai rata-rata terendah sebesar 3,61 pada pernyataan kenyamanan penerbangan di PT Garuda Indonesia secara umum dapat dikatakan sesuai dengan kondisi keuangan konsumen. Dengan nilai rata-rata sebesar 3,68 ini menunjukkan bahwa penilaian terhadap variabel kenyamanan mempunyai kecenderungan nilai yang tinggi, ini menunjukkan bahwa kenyamanan yang diperoleh selama perjalanan sudah sesuai dengan harga tiket yang dibayarkan, kenyamanan penerbangan di PT Garuda Indonesia dapat mendukung konsumen dalam perjalanan, dan kenyamanan penerbangan di PT

Garuda Indonesia secara umum dapat dikatakan sesuai dengan kondisi keuangan konsumen.

Tabel 4.10

Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keamanan (X_5)

No	Pernyataan	Rata-rata
1	Penerbangan di PT Garuda Indonesia selama ini sudah aman	3.61
2	Keamanan penerbangan di PT Garuda Indonesia dapat mendukung konsumen dalam perjalanan	3.80
3	Keamanan penerbangan di PT Garuda Indonesia secara umum dapat dikatakan sesuai dengan kondisi keuangan konsumen	3.83
Rata		3.75

Sumber : Data Primer Yang Diolah, 2007

Berdasarkan Tabel 4.10 di atas dapat diketahui bahwa variabel keamanan, memiliki rata-rata jawaban sebesar 3,75, dengan nilai jawaban rata-rata tertinggi 3,83 pada pernyataan keamanan penerbangan di PT Garuda Indonesia secara umum dapat dikatakan sesuai dengan kondisi keuangan konsumen dan nilai rata-rata terendah sebesar 3,61 pada pernyataan penerbangan di PT Garuda Indonesia selama ini sudah aman. Dengan nilai rata-rata sebesar 3,75 ini menunjukkan bahwa penilaian terhadap variabel keamanan mempunyai kecenderungan nilai yang tinggi, ini menunjukkan bahwa penerbangan di PT. Garuda Indonesia selama ini sudah aman, keamanan penerbangan PT. Garuda Indonesia dapat mendukung

konsumen dalam perjalanan, serta keamanan perjalanan PT. Garuda Indonesia secara umum dapat dikatakan sesuai dengan kondisi keuangan konsumen.



Tabel 4.11

Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Penggunaan (Y)

No	Pernyataan	Rata-rata
1	Jasa penerbangan di PT Garuda Indonesia sudah sesuai dengan kondisi keuangan konsumen	3.73
2	Jasa penerbangan di PT Garuda Indonesia sudah sesuai dengan keinginan konsumen	3.88
3	Jasa penerbangan di PT Garuda Indonesia dapat diandalkan sebagai salah satu alternatif terbaik dalam melayani transportasi	3.77
Rata		3.79

Sumber : Data Primer Yang Diolah, 2007

Berdasarkan Tabel 4.11 di atas dapat diketahui bahwa variabel Keputusan Penggunaan, memiliki rata-rata jawaban sebesar 3,79, dengan nilai jawaban rata-rata tertinggi 3,88 pada pernyataan jasa penerbangan di PT Garuda Indonesia sudah sesuai dengan keinginan konsumen dan nilai rata-rata terendah sebesar 3,73 pada pernyataan jasa penerbangan di PT Garuda Indonesia sudah sesuai dengan kondisi keuangan konsumen. Dengan nilai rata-rata sebesar 3,79 ini menunjukkan bahwa penilaian terhadap variabel keamanan mempunyai kecenderungan nilai yang tinggi, ini menunjukkan bahwa jasa penerbangan di PT Garuda Indonesia sudah sesuai dengan kondisi keuangan konsumen, jasa penerbangan di PT Garuda Indonesia sudah sesuai dengan keinginan konsumen, serta jasa penerbangan di PT

Garuda Indonesia dapat diandalkan sebagai salah satu alternatif terbaik dalam melayani transportasi.

4.3.2. Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda, uji F dan uji t. Model analisis regresi linear berganda ini dipilih untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel-variabel yang meliputi Pelayanan (X_1), Harga (X_2), Fasilitas (X_3), Kenyamanan (X_4) dan Keamanan (X_5), terhadap Keputusan Penggunaan (Y) pada Jasa transportasi PT. Garuda Indonesia Perwakilan Yogyakarta.

4.3.2.1. Analisis Regresi Linear Berganda

Model regresi linear berganda untuk Pelayanan (X_1), Harga (X_2), Fasilitas (X_3), Kenyamanan (X_4), Keamanan (X_5), dan Keputusan Penggunaan (Y) mempunyai formula sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Dalam penelitian ini, dalam menganalisis regresi linear berganda penulis menggunakan seri program statistik SPSS versi 11.5. SPSS. Hasil rangkuman Analisis Regresi Linier Berganda dapat ditampilkan pada Tabel 4.12 berikut:

Tabel 4.12

Rangkuman Hasil Pengolahan Regresi Linear Berganda

Variabel	Koef. Regresi	Std. Error	t _{hitung}	Sig t	Keterangan
Konstanta (a)	0,595				
Pelayanan (X ₁)	0,313	0,071	4,437	0,000	Signifikan
Harga (X ₂)	0,189	0,057	3,307	0,001	Signifikan
Fasilitas (X ₃)	0,179	0,057	3,134	0,002	Signifikan
Kenyamanan (X ₄)	0,192	0,050	3,836	0,000	Signifikan
Keamanan (X ₅)	0,301	0,078	3,882	0,000	Signifikan
S.E of Estimate = 0,36732					
Adjusted R Square = 0,614					
R Square = 0,634					
Multiple R = 0,796					
F hitung = 32,514					
Signif F = 0,000					
F tabel = 2,3113					
t tabel = 1,9855					

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2007

Pada Tabel 4.12 diatas perhitungan regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS didapat hasil sebagai berikut:

$$Y = 0,595 + 0,313X_1 + 0,189X_2 + 0,179X_3 + 0,192X_4 + 0,301X_5$$

Konstanta (a)

Nilai konstanta sebesar 0,595 yang berarti bahwa jika tidak ada variabel bebas yang terdiri dari variabel Pelayanan (X_1), Harga (X_2), Fasilitas (X_3), Kenyamanan (X_4) dan Keamanan (X_5), yang mempengaruhi Keputusan Penggunaan maka Keputusan Penggunaan akan mempunyai harga sebesar 0,595.

Koefisien Regresi Variabel Pelayanan (b_1)

Variabel Pelayanan (X_1) mempunyai pengaruh yang positif terhadap Keputusan Penggunaan, dengan koefisien regresi sebesar 0,313 yang artinya apabila variabel Pelayanan meningkat sebesar 1 satuan, maka Keputusan Penggunaan akan meningkat sebesar 0,313 satuan dengan asumsi bahwa pada variabel Harga (X_2), Fasilitas (X_3), Kenyamanan (X_4) dan Keamanan (X_5), dalam kondisi konstan. Dengan adanya pengaruh yang positif ini, berarti bahwa antara variabel Pelayanan dan Keputusan Penggunaan menunjukkan hubungan yang searah. Dengan probabilitas sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 maka pengaruh variabel Pelayanan terhadap Keputusan Penggunaan adalah signifikan.

Koefisien Regresi Variabel Harga (b_2)

Pada variabel Harga (X_2) mempunyai pengaruh yang positif terhadap Keputusan Penggunaan, dengan koefisien regresi sebesar 0,189 yang artinya apabila pada variabel Harga meningkat sebesar 1 satuan, maka Keputusan Penggunaan akan meningkat sebesar 0,189 satuan dengan asumsi bahwa pada variabel Pelayanan (X_1), Fasilitas (X_3), Kenyamanan

(X_4) dan Keamanan (X_5) dalam kondisi konstan. Dengan adanya pengaruh yang positif ini, berarti bahwa antara variabel Harga dan Keputusan Penggunaan menunjukkan hubungan yang searah. Dengan probabilitas sebesar 0,001 yang lebih kecil dari 0,05 maka pengaruh variabel Harga terhadap Keputusan Penggunaan adalah signifikan.

Koefisien Regresi Variabel Fasilitas (b_3)

Pada variabel Fasilitas (X_3) mempunyai pengaruh yang positif terhadap Keputusan Penggunaan, dengan koefisien regresi sebesar 0,179 yang artinya apabila pada variabel Fasilitas meningkat sebesar 1 satuan, maka Keputusan Penggunaan akan meningkat sebesar 0,179 satuan dengan asumsi bahwa pada variabel Pelayanan (X_1), Harga (X_2), Kenyamanan (X_4) dan Keamanan (X_5) dalam kondisi konstan. Dengan adanya pengaruh yang positif ini, berarti bahwa antara variabel Fasilitas dan Keputusan Penggunaan menunjukkan hubungan yang searah. Dengan probabilitas sebesar 0,002 yang lebih kecil dari 0,05 maka pengaruh variabel Fasilitas terhadap Keputusan Penggunaan adalah signifikan.

Koefisien Regresi Variabel Kenyamanan (b_4)

Variabel Kenyamanan (X_4) mempunyai pengaruh yang positif terhadap Keputusan Penggunaan, dengan koefisien regresi sebesar 0,192 yang artinya apabila variabel Kenyamanan meningkat sebesar 1 satuan, maka Keputusan Penggunaan akan meningkat sebesar 0,192 satuan dengan asumsi bahwa pada variabel Pelayanan (X_1), Harga (X_2), Fasilitas (X_3) dan Keamanan (X_5), dalam kondisi konstan. Dengan adanya pengaruh

yang positif ini, berarti bahwa antara variabel Kenyamanan dan Keputusan Penggunaan menunjukkan hubungan yang searah. Dengan probabilitas sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 maka pengaruh variabel Kenyamanan terhadap Keputusan Penggunaan adalah signifikan.

Koefisien Regresi Variabel Keamanan (b_5)

Variabel Keamanan (X_5) mempunyai pengaruh yang positif terhadap Keputusan Penggunaan, dengan koefisien regresi sebesar 0,301 yang artinya apabila variabel Keamanan meningkat sebesar 1 satuan, maka Keputusan Penggunaan akan meningkat sebesar 0,301 satuan dengan asumsi bahwa pada variabel Pelayanan (X_1), Harga (X_2), Fasilitas (X_3) dan Kenyamanan (X_4), dalam kondisi konstan. Dengan adanya pengaruh yang positif ini, berarti bahwa antara pada variabel Keamanan dan Keputusan Penggunaan menunjukkan hubungan yang searah. Dengan probabilitas sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 maka pengaruh variabel Keamanan terhadap Keputusan Penggunaan adalah signifikan.

4.3.2.2. Uji Hipotesis secara Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (X) secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Y). Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda yang terangkum dalam Tabel 4.12 didapatkan F_{hitung} sebesar 32,514 dengan tingkat signifikansi 0,000.

Untuk menginterpretasikan data ke hipotesis yang digunakan:

H_0 : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel-variabel Kualitas Pelayanan secara bersama-sama terhadap Keputusan Penggunaan.

Ha : Ada pengaruh yang signifikan antara variabel-variabel Kualitas Pelayanan secara bersama-sama terhadap Keputusan Penggunaan.

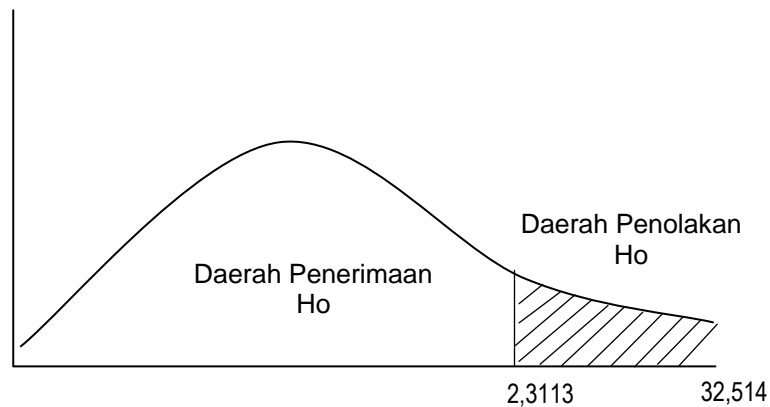
Kriteria penentuan keputusan :

- Jika $F_{hitung} < F_{Tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak
- Jika $F_{hitung} > F_{Tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Dengan berpedoman pada $DF = N-k-1$ diperoleh F_{Tabel} atau $F_{0,05;5;94}$ yaitu sebesar 2,3113. Berdasarkan Tabel 4.12 di atas di dapat F_{hitung} sebesar 32,514. Hal ini menunjukkan bahwa F_{hitung} lebih besar dari F_{Tabel} yang nilainya 2,3113. Karena $F_{hitung} > F_{Tabel}$ ($32,514 > 2,3113$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan yang terdiri dari variabel Pelayanan (X_1), Harga (X_2), Fasilitas (X_3), Kenyamanan (X_4) dan Keamanan (X_5) secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Penggunaan pada Jasa transportasi PT. Garuda Indonesia Perwakilan Yogyakarta.

Nilai *Standard Error of the Estimate* (Standar eror penaksiran) sebesar 0,36732. Nilai ini lebih kecil dari pada standar deviasi pada Keputusan Penggunaan yaitu sebesar 0,59134. Hal ini dapat menjelaskan bahwa model regresi lebih baik dalam bertindak sebagai prediktor Keputusan Penggunaan, dan mempunyai ketepatan prediksi yang tinggi karena mempunyai *Standard Error of the Estimate* yang lebih kecil daripada standar deviasi.

Pengambilan kesimpulan ini dapat di jelaskan dengan Gambar 4.1 sebagai berikut:



Sumber : Data Primer diolah, 2007

Gambar 4.1

Uji Distribusi F Variabel X_1, X_2, X_3, X_4 , dan X_5

4.3.2.3. Analisis Korelasi Berganda (R)

Berdasarkan Tabel 4.12 di atas dapat diketahui Koefisien korelasi ganda (R) sebesar 0,796, dengan koefisien korelasi ganda sebesar 0,796 maka dapat diartikan bahwa besarnya pengaruh antara variabel Pelayanan (X_1), Harga (X_2), Fasilitas (X_3), Kenyamanan (X_4) dan Keamanan (X_5) sebesar 79,6%, ini menunjukkan bahwa hubungan antara kelima variabel bebas (X) secara bersama dengan variabel terikat (Y) erat.

Berdasarkan Tabel 4.12 di atas dapat diketahui koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,634. Dengan nilai koefisien determinasi sebesar 0,634, maka dapat diartikan bahwa 63,4% Keputusan Penggunaan dapat dijelaskan oleh kelima variabel bebas yang terdiri dari variabel Pelayanan (X_1), Harga (X_2), Fasilitas

(X_3), Kenyamanan (X_4) dan Keamanan (X_5). Sedangkan sisanya sebesar 36,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian.

4.3.2.4. Pengujian Hipotesis secara Parsial (Uji t)

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh secara parsial variabel independen (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). Untuk menginterpretasikan data hipotesis yang digunakan:

Ho : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara dari variabel Pelayanan (X_1), Harga (X_2), Fasilitas (X_3), Kenyamanan (X_4) dan Keamanan (X_5), secara parsial terhadap Keputusan Penggunaan (Y).

Ha : Ada pengaruh yang signifikan antara dari variabel Pelayanan (X_1), Harga (X_2), Fasilitas (X_3), Kenyamanan (X_4) dan Keamanan (X_5), secara parsial terhadap Keputusan Penggunaan (Y).

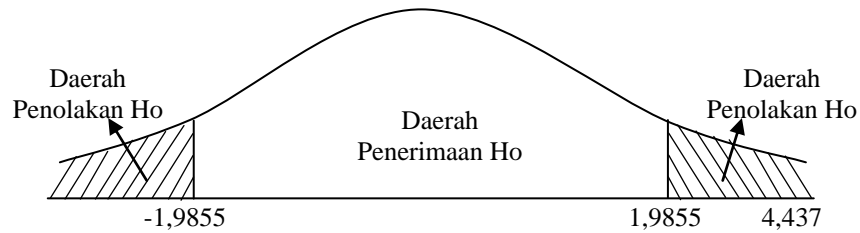
Kriteria pengujian :

- Jika $t_{hitung} < -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka Ho ditolak dan Ha diterima
- Jika $-t_{tabel} < t_{hitung} < +t_{tabel}$ maka Ho diterima atau Ha ditolak.

1. Pengujian t hitung pada variabel Pelayanan (X_1)

Dengan pengujian dua sisi yang menggunakan tingkat signifikan sebesar $\alpha = 5\%$ dan dengan derajat kebebasan df ($N-k-1 = 100-5-1 = 94$) diperoleh $t_{tabel} = \pm 1,9855$. Hasil perhitungan pada regresi berganda diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 4,437. Dengan demikian t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($4,437 > 1,9855$) maka Ho ditolak dan Ha diterima, artinya pada variabel Pelayanan secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Penggunaan. Ini diperkuat dengan probabilitas t_{hitung}

sebesar 0,000 yang nilai lebih kecil dari 0,05. Pengambilan kesimpulan ini dapat diperjelas lagi dengan Gambar 4.2 sebagai berikut:



Sumber : Data Primer diolah, 2007

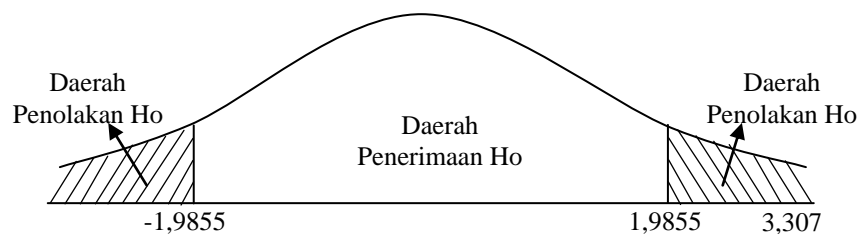
Gambar 4.2

Pengujian t hitung pada variabel Pelayanan (X_1)

2. Pengujian t hitung pada variabel Harga (X_2).

Dengan pengujian dua sisi yang menggunakan tingkat signifikan sebesar $\alpha = 5\%$ dan dengan derajat kebebasan $df (N-k-1)$ diperoleh $t_{tabel} = \pm 1,9855$. Hasil perhitungan pada regresi linier berganda diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3,307. Dengan demikian t_{hitung} lebih besar dari t_{Tabel} ($3,307 > 1,9855$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya pada variabel Harga secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Penggunaan. Ini diperkuat dengan probabilitas t_{hitung} sebesar 0,001 yang nilai lebih kecil dari 0,05.

Pengambilan kesimpulan ini dapat diperjelas lagi dengan Gambar 4.3 sebagai berikut:



Sumber : Data Primer diolah, 2007

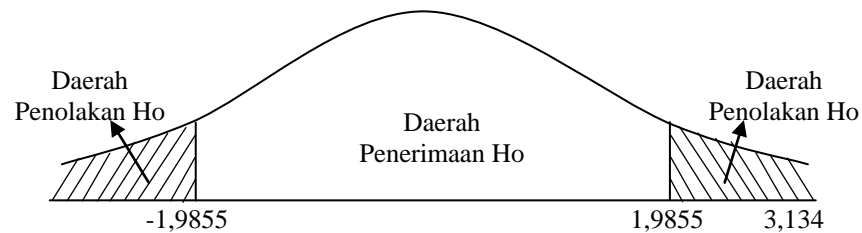
Gambar 4.3

Pengujian t hitung pada variabel Harga (X_2)

3. Pengujian terhadap koefisien regresi Fasilitas (X_3)

Dengan pengujian dua sisi yang menggunakan tingkat signifikan sebesar $\alpha = 5\%$ dan dengan derajat kebebasan df ($N-k-1$) diperoleh t tabel = $\pm 1,9855$. Hasil perhitungan pada regresi linier berganda diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3,134. Dengan demikian t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($3,134 > 1,9855$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya pada variabel Fasilitas secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Penggunaan. Ini diperkuat dengan probabilitas t_{hitung} sebesar 0,002 yang nilai lebih kecil dari 0,05.

Pengambilan kesimpulan ini dapat diperjelas lagi dengan Gambar 4.4 sebagai berikut:



Sumber : Data Primer diolah, 2007

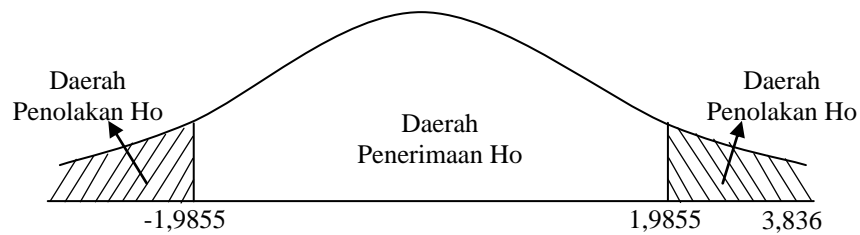
Gambar 4.4

Pengujian t hitung pada variabel Fasilitas (X_3)

4. Pengujian t hitung pada variabel Kenyamanan (X_4)

Dengan pengujian dua sisi yang menggunakan tingkat signifikan sebesar $\alpha = 5\%$ dan dengan derajat kebebasan $df (N-k-1)$ diperoleh $t_{tabel} = \pm 1,9855$. Hasil perhitungan pada regresi linier berganda diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3,836. Dengan demikian t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($3,836 > 1,9855$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya pada variabel Kenyamanan secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Penggunaan. Ini diperkuat dengan probabilitas t_{hitung} sebesar 0,000 yang nilai lebih kecil dari 0,05.

Pengambilan kesimpulan ini dapat diperjelas lagi dengan Gambar 4.5 sebagai berikut:



Sumber : Data Primer diolah, 2007

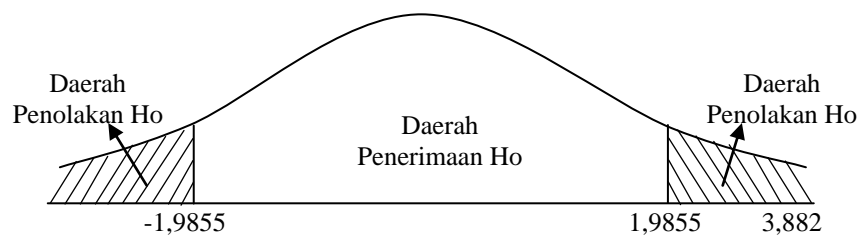
Gambar 4.5

Pengujian t hitung pada variabel Kenyamanan (X_4)

5. Pengujian t_{hitung} pada Variabel Keamanan (X_5)

Dengan pengujian dua sisi yang menggunakan tingkat signifikan sebesar $\alpha = 5\%$ dan dengan derajat kebebasan $df (N-k-1)$ diperoleh $t_{tabel} = \pm 1,9855$. Hasil perhitungan pada regresi linier berganda diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3,882. Dengan demikian t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($3,882 > 1,9855$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya pada variabel Keamanan secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Penggunaan. Ini diperkuat dengan probabilitas t_{hitung} sebesar 0,000 yang nilai lebih kecil dari 0,05.

Pengambilan kesimpulan ini dapat diperjelas lagi dengan Gambar 4.6 sebagai berikut:



Sumber : Data Primer diolah, 2007

Gambar 4.6

Pengujian t hitung pada variabel Keamanan (X₄)

4.3.2.5. Variabel Dominan

Untuk mengetahui variabel dominan berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan digunakan koefisien determinasi parsial (r^2). Hasil koefisien korelasi parsial dengan bantuan SPSS 11.5, dapat dilihat pada Tabel 4.12, dan dapat dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 4.13

Koefisien Korelasi Parsial dan Determinasi Parsial

Variabel	r parsial	r ²
Pelayanan (X1)	0.416	0.173
Harga (X2)	0.323	0.104
Fasilitas (X3)	0.308	0.095
Kenyamanan (X4)	0.368	0.135
Keamanan (X5)	0.372	0.138

Sumber : Data primer yang diolah, 2007

Berdasarkan nilai koefisien determinasi parsial dapat diketahui bahwa variabel pelayanan mempunyai nilai koefisien determinasi paling besar yaitu 0,173 sehingga dapat diketahui bahwa variabel pelayanan merupakan variabel yang paling besar pengaruhnya terhadap Keputusan Penggunaan jasa transportasi

PT. Garuda Indonesia Perwakilan Yogyakarta.

4.4. Uji Asumsi Klasik

Berdasarkan hasil pengujian statistik, model persamaan Regresi yang diajukan sudah memenuhi syarat, tetapi agar model persamaan tersebut dapat diterima secara Ekonometrik maka harus memenuhi asumsi klasik antara lain Multikolinieritas, Heteroskedastisitas, dan Uji Normalitas.



4.4.1. Uji Multikolinieritas

Pengujian terhadap multikolinieritas dilakukan n mengetahui apakah kelima variabel bebas tersebut saling berkorelasi. Untuk lebih jelasna uji multikolinieritas dapat dilihat pada Tabel 4.13 berikut ini:

Tabel 4.13

Uji Multikolinieritas

Variabel	Korelasi	Ket.	Kesimpulan
X ₁ dengan X ₂	-0,0448	< 0,8	Tidak terjadi multikolinieritas
X ₁ dengan X ₃	0,0993	< 0,8	Tidak terjadi multikolinieritas
X ₁ dengan X ₄	0,3236	< 0,8	Tidak terjadi multikolinieritas
X ₁ dengan X ₅	0,4396	< 0,8	Tidak terjadi multikolinieritas
X ₂ dengan X ₃	-0,0334	< 0,8	Tidak terjadi multikolinieritas
X ₂ dengan X ₄	0,1763	< 0,8	Tidak terjadi multikolinieritas
X ₂ dengan X ₅	0,3463	< 0,8	Tidak terjadi multikolinieritas
X ₃ dengan X ₄	0,0219	< 0,8	Tidak terjadi multikolinieritas
X ₃ dengan X ₅	0,1386	< 0,8	Tidak terjadi multikolinieritas
X ₄ dengan X ₅	0,2850	< 0,8	Tidak terjadi multikolinieritas

Sumber : Data primer yang diolah, 2007

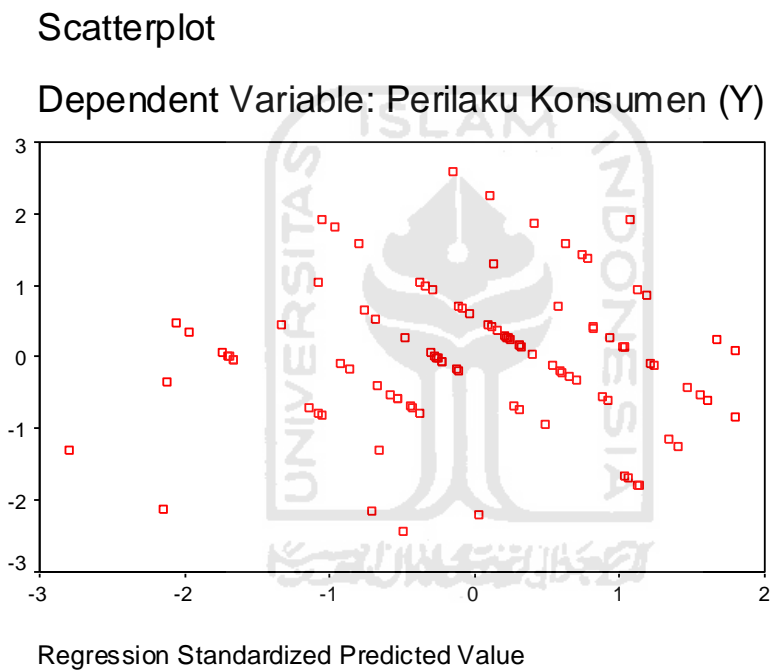
Berdasarkan Tabel 4.13 di atas nilai probabilitas atau tingkat signifikansi untuk variabel X₁ dengan X₂, X₁ dengan X₃, X₁ dengan X₄, X₁ dengan X₅, X₂ dengan X₃, X₂ dengan X₄, X₂ dengan X₅, X₃ dengan X₄, X₃ dengan X₅, dan X₄

dengan X_5 , masing masing mempunyai nilai lebih kecil dari 0,8 sehingga dapat disimpulkan bahwa kelima variabel bebas tersebut tidak saling berkorelasi.



4.4.2. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah variasi residual tidak sama untuk semua pengamatan. Uji ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah terjadi penyimpangan model karena varian gangguan berbeda antara satu observasi ke observasi lain. Pengujian terhadap Heteroskedastisitas dilakukan dengan mempergunakan metode *Scatter plot*. Hasil pengolahan terlihat Gambar 4.6 sebagai berikut:



Gambar 4.7

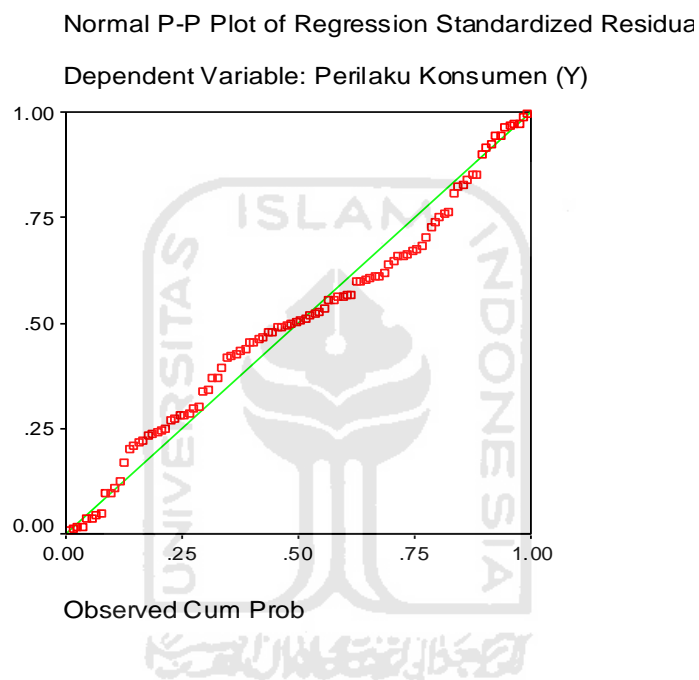
Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan Gambar diatas dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar tidak membentuk pola tertentu serta terletak diatas dan dibawah angka nol maka pada penelitian ini pada varibel bebas tidak terjadi Heteroskedastisitas.



4.4.3. Uji Normalitas

Uji ini adalah untuk menguji apakah pengamatan berdistribusi secara normal atau tidak, uji ini menggunakan *Normal P-P Plot*. Hasil uji Normalitas dapat dilihat pada gambar dibawah ini.



Gambar 4.8

Uji Normalitas

Berdasarkan Gambar 4.8 dapat diketahui sebaran titik-titik terletak disekitar garis diagonal sehinga dapat disimpulkan bahwa data untuk semua variabel penelitian berdistribusi normal.

4.5. Pembahasan

Pembahasan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Penggunaan didasarkan pada hasil analisis data. Tahapan pembahasan dimulai dari analisis pengaruh Kualitas Pelayanan yang terdiri dari variabel Pelayanan (X_1), Harga (X_2), Fasilitas (X_3), Kenyamanan (X_4) dan Keamanan (X_5) terhadap Keputusan Penggunaan diuji secara regresi linier berganda.

1. Pengaruh Variabel Pelayanan terhadap Keputusan Penggunaan

Berdasarkan analisis regresi Pelayanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan. Hal ini juga diperkuat dengan skor jawaban rata-rata variabel Pelayanan sebesar 3,86 dan penilaian terhadap variabel Keputusan Penggunaan sebesar 3,79 yang menunjukkan penilaian yang tinggi. Dengan adanya pelayanan PT. Garuda Indonesia terhadap konsumen yang diusahakan sebaik mungkin tentunya akan mempengaruhi Keputusan Penggunaan untuk selalu menggunakan jasa transportasi PT. Garuda Indonesia.

2. Pengaruh Variabel Harga terhadap Keputusan Penggunaan

Berdasarkan analisis regresi harga mempunyai pengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan. Hal ini juga diperkuat dengan skor jawaban rata-rata variabel harga sebesar 3,74 dan penilaian terhadap variabel Keputusan Penggunaan sebesar 3,79 yang menunjukkan penilaian yang tinggi. Harga tiket yang ditetapkan oleh pihak PT. Garuda Indonesia tentunya akan diimbangi oleh pelayanan dan fasilitas yang disediakan oleh pihak perusahaan sehingga dengan adanya harga yang sesuai dengan fasilitas dan pelayanan yang diberikan akan membuat konsumen merasa

tidak dirugikan setiap menggunakan jasa transportasi PT. Garuda Indonesia.



3. Pengaruh Variabel Fasilitas terhadap Keputusan Penggunaan

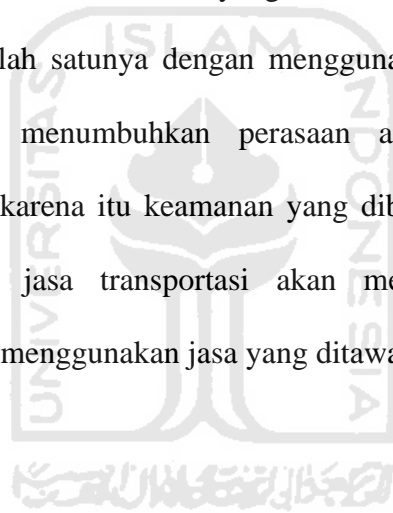
Berdasarkan analisis regresi Fasilitas mempunyai pengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan. Hal ini juga diperkuat dengan skor jawaban rata-rata variabel Fasilitas sebesar 3,57 dan penilaian terhadap variabel Keputusan Penggunaan sebesar 3,79 yang menunjukkan penilaian yang tinggi. Fasilitas yang disediakan tentunya merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi konsumen dalam menggunakan pelayanan jasa. Begitu juga dengan PT. Garuda Indonesia tentunya dalam menyediakan jasa transportasi pasti diimbangi dengan fasilitas-fasilitas tertentu seperti tempat duduk pesawat yang nyaman, umur pesawat yang tidak terlalu tua, ruangan yang bersih dan nyaman, dan lain-lain. Adanya fasilitas ini akan mempengaruhi Keputusan Penggunaan.

4. Pengaruh Variabel Kenyamanan terhadap Keputusan Penggunaan

Berdasarkan analisis regresi Kenyamanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan. Hal ini juga diperkuat dengan skor jawaban rata-rata variabel kenyamanan sebesar 3,68 dan penilaian terhadap variabel Keputusan Penggunaan sebesar 3,79 yang menunjukkan penilaian yang tinggi. Kenyamanan dalam sebuah perjalanan pasti sesuatu yang diharapkan oleh pengguna jasa transportasi, karena dengan merasakan nyaman selama dalam perjalanan tentunya akan membuat penumpang tidak merasa boring. Kenyamanan selama dalam perjalanan tentunya sangat diusahakan oleh pihak perusahaan agar konsumen memilih PT. Garuda Indonesia sebagai sarana perjalanan konsumen.

5. Pengaruh Variabel Keamanan terhadap Keputusan Penggunaan

Berdasarkan analisis regresi Keamanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan. Hal ini juga diperkuat dengan skor jawaban rata-rata variabel keamanan sebesar 3,75 dan penilaian terhadap variabel Keputusan Penggunaan sebesar 3,79 yang menunjukkan penilaian yang tinggi. Konsumen akan merasakan ketenangan jika konsumen atau orang merasa dirinya aman dari segala bentuk bahaya. Dengan adanya jaminan keamanan yang diberikan oleh pihak PT. Garuda Indonesia yaitu salah satunya dengan menggunakan pesawat yang tidak terlalu tua akan menumbuhkan perasaan aman dan tenang bagi penumpang. Oleh karena itu keamanan yang diberikan dan dijamin oleh pihak perusahaan jasa transportasi akan mempengaruhi Keputusan Penggunaan untuk menggunakan jasa yang ditawarkan.



BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1. Pengujian Validitas dan Reliabilitas

4.1.1. Pengujian Validitas

Uji validitas dilakukan dengan bantuan komputer program SPSS Versi 11.5 yang bertujuan untuk mengetahui bahwa setiap butir pernyataan yang diajukan kepada responden telah dinyatakan valid atau tidak. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan teknik korelasi, yaitu dengan membandingkan hasil koefisien korelasi (r_{xy}) dengan nilai kritis r tabel $N = 100 = 0,1965$. Dari hasil uji validitas diperoleh Tabel 4.1 sebagai berikut:

Tabel 4.1
Hasil Uji Validitas

Butir	r hitung	Nilai Kritis (r tabel)	Kesimpulan
Pelayanan (X_1), Koef. Alpha = 0,8473			
X1.1	0.919	0,1965	Valid
X1.2	0.902	0,1965	Valid
X1.3	0.801	0,1965	Valid
Harga (X_2), Koef. Alpha = 0,8883			
X2.1	0.930	0,1965	Valid
X2.2	0.901	0,1965	Valid
X2.3	0.885	0,1965	Valid
Fasilitas (X_3), Koef. Alpha = 0,8172			
X3.1	0.803	0,1965	Valid
X3.2	0.889	0,1965	Valid
X3.3	0.881	0,1965	Valid
Kenyamanan (X_4), Koef. Alpha = 0,8905			
X4.1	0.930	0,1965	Valid
X4.2	0.910	0,1965	Valid
X4.3	0.877	0,1965	Valid

Keamanan (X ₅), Koef. Alpha = 0,7861			
X5.1	0.806	0,1965	Valid
X5.2	0.871	0,1965	Valid
X5.3	0.832	0,1965	Valid
Keputusan Penggunaan (Y), Koef. Alpha = 0,7587			
Y1.1	0.807	0,1965	Valid
Y1.2	0.856	0,1965	Valid
Y1.3	0.802	0,1965	Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2007

Dari Tabel 4.1 di atas dapat diketahui besarnya koefisien korelasi dari seluruh butir pernyataan terdiri dari 3 butir pernyataan untuk variabel Pelayanan (X₁), 3 butir pernyataan untuk Harga (X₂), 3 butir pernyataan untuk Fasilitas (X₃), 3 butir pernyataan untuk Kenyamanan (X₄), dan 3 butir pernyataan untuk Keamanan (X₅). Untuk variabel Keputusan Penggunaan terdiri dari 3 butir pernyataan. Dari hasil perhitungan koefisien korelasi (r_{xy}) seluruhnya mempunyai r_{hitung} yang lebih besar dari r_{tabel} (0,1965). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh butir dinyatakan valid. Dengan demikian seluruh butir pernyataan yang ada pada instrumen penelitian dapat dinyatakan layak sebagai instrumen untuk mengukur data penelitian.

Tabel 4.2
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Koef. Alpha	Nilai Kritis	Kesimpulan
Pelayanan (X ₁)	0,8473	0,7	Reliabel
Harga (X ₂)	0,8883	0,7	Reliabel
Fasilitas (X ₃)	0,8172	0,7	Reliabel
Kenyamanan (X ₄)	0,8905	0,7	Reliabel
Keamanan (X ₅)	0,7861	0,7	Reliabel
Keputusan Penggunaan (Y)	0,7587	0,7	Reliabel

Sumber: Data Primer diolah, 2007

Berdasarkan hasil uji reliabilitas diperoleh koefisien reliabilitas alpha sebesar 0,8473 untuk variabel Pelayanan. Untuk koefisien alpha pada variabel Harga sebesar 0,8883. Untuk variabel Fasilitas, besarnya koefisien alpha adalah 0,8172. Untuk variabel Kenyamanan, besarnya koefisien alpha adalah 0,8905. Dan untuk variabel Keamanan, besarnya koefisien alpha adalah 0,7861. Sedangkan untuk variabel Keputusan Penggunaan, besarnya koefisien alpha adalah 0,7587. Variabel ini dapat dinyatakan reliabel karena koefisien alpha lebih besar dari nilai kritisnya yaitu sebesar 0,7, maka dapat disimpulkan bahwa butir-butir pernyataan pada variabel penelitian merupakan pernyataan yang reliabel.

4.2. Analisis Karakteristik Responden

4.2.1. Usia Responden

Berdasarkan usia responden, terdiri atas 3 kelompok, yaitu kelompok usia dibawah 25 tahun usia 26 – 30 tahun, usia 30 – 35 tahun dan kelompok diatas 35 tahun. Hasil kuesioner dapat dikumpulkan menjadi data seperti ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase
Dibawah 25 tahun	9	9.0%
25 – 30 tahun	21	21.0%
31 – 35 tahun	29	29.0%
Diatas 35 tahun	41	41.0%
Total	100	100.0%

Sumber : Data Primer yang diolah, 2007

Berdasarkan Tabel 4.3 di atas dapat diketahui bahwa responden mayoritas berusia diatas 35 tahun, yaitu sebesar 41% atau 41 orang sedangkan yang berusia

dibawah 25 tahun sebanyak 9 orang atau 9%, uisa 25 – 30 tahun sebanyak 21 orang atau 21% dan yang berusia 31 - 35 tahun sebesar 29% atau 29 orang. Ini menunjukkan bahwa mayoritas konsumen yang menggunakan jasa penerbangan Garuda Indonesia adalah berusia lebih dari 35 tahun. Hal ini disebabkan karena pada usia tersebut orang sudah mempunyai pekerjaan dan kesibukan yang banyak dan membutuhkan waktu yang cepat menuju tempat tujuan yang berada diluar kota sehingga orang memerlukan jasa transportasi yang cepat seperti pesawat Garuda Indonesia.

4.2.2. Pekerjaan

Berdasarkan pekerjaan responden, terdiri atas 4 kelompok, yaitu kelompok PNS/ABRI, Swasta, Wiraswasta dan lainnya. Hasil analisis data berdasarkan pekerjaan dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
PNS/ABRI	13	13.0%
Swasta	32	32.0%
Wiraswasta	38	38.0%
Lainnya	17	17.0%
Total	100	100.0%

Sumber : Data Primer yang diolah, 2007

Dari Tabel 4.6 dapat diketahui bahwa pekerjaan konsumen jasa transportasi PT. Garuda Indonesia mayoritas adalah mempunyai pekerjaan wiraswasta yaitu sebesar 38% atau sebanyak 38 orang. Sedangkan yang mempunyai pekerjaan PNS/ABRI sebesar 13% atau sebanyak 13 orang, swasta sebesar 32% atau 32 orang, dan yang mempunyai pekerjaan lainnya sebesar 17%

atau 17 orang. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen yang sering menggunakan jasa penerbangan Garuda Indonesia adalah wiraswasta atau pengusaha yang tentunya masalah waktu sangat diperhitungkan untuk melakukan bisnis bahwa ke luar kota yang jaraknya jauh.

4.2.3. Frekuensi Penggunaan

Berdasarkan frekuensi penggunaan, terdiri atas 4 kelompok, yaitu 1 kali, 2 kali, 3 kali dan lebih dari 3 kali. Hasil analisis data berdasarkan frekuensi penggunaan dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan

Penggunaan	Jumlah	Persentase
1 kali	6	6.0%
2 kali	22	22.0%
3 kali	35	35.0%
Lebih dari 3 kali	37	37.0%
Total	100	100.0%

Sumber : Data Primer yang diolah, 2007

Dari Tabel 4.5 dapat diketahui bahwa konsumen sebagian besar telah menggunakan jasa transportasi PT. Garuda Indonesia lebih dari 3 kali yaitu sebanyak 37 orang atau sebesar 37%. Sedangkan yang baru 1 kali sebanyak 6 orang atau sebesar 6%, 2 kali sebanyak 22 orang atau sebesar 22%, dan yang 3 kali sebanyak 37 orang atau sebesar 37%. Ini menunjukkan bahwa konsumen jasa transportasi PT. Garuda Indonesia perwakilan Yogyakarta sebagian besar sudah sering menggunakan jasa transportasi ini dan ini mengindikasikan bahwa konsumen sudah percaya dan telah merasakan kepuasan atas pelayanan yang telah diberikan oleh PT. Garuda Indonesia.

4.3. Data dan Analisis

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan, jawaban dari responden telah direkapitulasi kemudian dianalisis untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Penggunaan pada Jasa transportasi PT. Garuda Indonesia Perwakilan Yogyakarta. Analisis data ini melalui dua tahap, yaitu analisis kualitatif dan analisis kuantitatif.

4.3.1. Analisis Deskriptif

4.3.1.1. Kualitas Pelayanan

Kualitas Pelayanan meliputi variabel Pelayanan (X_1), Harga (X_2), Fasilitas (X_3), Kenyamanan (X_4) dan Keamanan (X_5) yang terdiri dari beberapa pernyataan. Setiap pernyataan masing-masing terdiri dari lima alternatif jawaban yaitu jawaban sangat tidak setuju; tidak setuju; ragu-ragu, setuju dan sangat setuju. Jawaban sangat setuju menunjukkan tingkat penilaian yang sangat rendah dan jawaban sangat setuju menunjukkan tingkat penilaian yang sangat tinggi.

Berikut dijelaskan untuk hasil jawaban responden pada masing-masing variabel independen.

Tabel 4.6
Tanggapan Responden Terhadap Variabel Pelayanan (X_1)

No	Pernyataan	Rata-rata
1	Pelayanan ticketing dan akomodasi penerbangan di PT Garuda Indonesia sudah baik	3.93
2	Pelayanan selama perjalanan penerbangan di PT Garuda Indonesia sudah baik	3.87
3	Jenis-jenis pelayanan yang disediakan pada penerbangan di PT Garuda Indonesia sudah baik	3.78
Rata		3.86

Sumber : Data Primer Yang Diolah, 2007

Berdasarkan Tabel 4.6 di atas dapat diketahui bahwa variabel pelayanan, memiliki rata-rata jawaban sebesar 3,86, dengan nilai jawaban rata-rata tertinggi 3,93 pada pernyataan pelayanan ticketing dan akomodasi penerbangan di PT Garuda Indonesia sudah baik dan nilai rata-rata terendah sebesar 3,78 pada pernyataan Jenis-jenis pelayanan yang disediakan pada penerbangan di PT Garuda Indonesia sudah baik. Dengan nilai rata-rata sebesar 3,86 ini menunjukkan bahwa penilaian terhadap variabel pelayanan mempunyai kecenderungan nilai yang tinggi, ini menunjukkan bahwa pelayanan ticketing dan akomodasi penerbangan di PT Garuda Indonesia sudah baik, pelayanan selama perjalanan penerbangan di PT Garuda Indonesia sudah baik, jenis-jenis pelayanan yang disediakan pada penerbangan di PT Garuda Indonesia sudah baik.

Tabel 4.7
Tanggapan Responden Terhadap Variabel Harga (X_2)

No	Pernyataan	Rata-rata
1	Harga tiket penerbangan di PT Garuda Indonesia sudah sesuai dengan fasilitas yang disediakan	3.73
2	Harga tiket penerbangan di PT Garuda Indonesia sudah sesuai dengan jarak tempuh perjalanannya	3.61
3	Harga tiket penerbangan di PT Garuda Indonesia secara umum dapat dikatakan sesuai dengan kondisi keuangan konsumen	3.88
Rata		3.74

Sumber : Data Primer Yang Diolah, 2007

Berdasarkan Tabel 4.7 di atas dapat diketahui bahwa variabel harga, memiliki rata-rata jawaban sebesar 3,74, dengan nilai jawaban rata-rata tertinggi 3,88 pada pernyataan harga tiket penerbangan di PT Garuda Indonesia secara umum dapat dikatakan sesuai dengan kondisi keuangan konsumen dan nilai rata-rata terendah sebesar 3,61 pada pernyataan harga tiket penerbangan di PT Garuda

Indonesia sudah sesuai dengan jarak tempuh perjalanannya. Dengan nilai rata-rata sebesar 3,61 ini menunjukkan bahwa penilaian terhadap variabel harga mempunyai kecenderungan nilai yang tinggi, ini menunjukkan bahwa harga tiket penerbangan di PT Garuda Indonesia sudah sesuai dengan fasilitas yang disediakan, harga tiket penerbangan di PT Garuda Indonesia sudah sesuai dengan jarak tempuh perjalanannya, harga tiket penerbangan di PT Garuda Indonesia secara umum dapat dikatakan sesuai dengan kondisi keuangan konsumen.

Tabel 4.8
Tanggapan Responden Terhadap Variabel Fasilitas (X₃)

No	Pernyataan	Rata-rata
1	Harga fasilitas yang disediakan PT Garuda Indonesia sudah sesuai dengan harganya	3.63
2	Harga fasilitas yang disediakan PT Garuda Indonesia dapat mendukung konsumen dalam perjalanan	3.53
3	Harga fasilitas yang disediakan PT Garuda Indonesia secara umum dapat dikatakan sesuai dengan kondisi keuangan konsumen	3.56
Rata		3.57

Sumber : Data Primer Yang Diolah, 2007

Berdasarkan Tabel 4.8 di atas dapat diketahui bahwa variabel fasilitas, memiliki rata-rata jawaban sebesar 3,57, dengan nilai jawaban rata-rata tertinggi 3,63 pada pernyataan harga fasilitas yang disediakan PT Garuda Indonesia sudah sesuai dengan harganya dan nilai rata-rata terendah sebesar 3,53 pada pernyataan harga fasilitas yang disediakan PT Garuda Indonesia dapat mendukung konsumen dalam perjalanan. Dengan nilai rata-rata sebesar 3,57 ini menunjukkan bahwa penilaian terhadap variabel fasilitas mempunyai kecenderungan nilai yang tinggi, ini menunjukkan bahwa harga fasilitas yang disediakan PT Garuda Indonesia sudah sesuai dengan harganya, harga fasilitas yang disediakan PT Garuda

Indonesia dapat mendukung konsumen dalam perjalanan, harga fasilitas yang disediakan PT Garuda Indonesia secara umum dapat dikatakan sesuai dengan kondisi keuangan konsumen.

Tabel 4.9
Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kenyamanan (X₄)

No	Pernyataan	Rata-rata
1	Kenyamanan yang diperoleh selama perjalanan sudah sesuai dengan harga tiket yang dibayarkan	3.74
2	Kenyamanan penerbangan di PT Garuda Indonesia dapat mendukung konsumen dalam perjalanan	3.69
3	Kenyamanan penerbangan di PT Garuda Indonesia secara umum dapat dikatakan sesuai dengan kondisi keuangan konsumen	3.61
Rata		3.68

Sumber : Data Primer Yang Diolah, 2007

Berdasarkan Tabel 4.9 di atas dapat diketahui bahwa variabel kenyamanan, memiliki rata-rata jawaban sebesar 3,68, dengan nilai jawaban rata-rata tertinggi 3,74 pada pernyataan kenyamanan yang diperoleh selama perjalanan sudah sesuai dengan harga tiket yang dibayarkan dan nilai rata-rata terendah sebesar 3,61 pada pernyataan kenyamanan penerbangan di PT Garuda Indonesia secara umum dapat dikatakan sesuai dengan kondisi keuangan konsumen. Dengan nilai rata-rata sebesar 3,68 ini menunjukkan bahwa penilaian terhadap variabel kenyamanan mempunyai kecenderungan nilai yang tinggi, ini menunjukkan bahwa kenyamanan yang diperoleh selama perjalanan sudah sesuai dengan harga tiket yang dibayarkan, kenyamanan penerbangan di PT Garuda Indonesia dapat mendukung konsumen dalam perjalanan, dan kenyamanan penerbangan di PT Garuda Indonesia secara umum dapat dikatakan sesuai dengan kondisi keuangan konsumen.

Tabel 4.10
Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keamanan (X_5)

No	Pernyataan	Rata-rata
1	Penerbangan di PT Garuda Indonesia selama ini sudah aman	3.61
2	Keamanan penerbangan di PT Garuda Indonesia dapat mendukung konsumen dalam perjalanan	3.80
3	Keamanan penerbangan di PT Garuda Indonesia secara umum dapat dikatakan sesuai dengan kondisi keuangan konsumen	3.83
Rata		3.75

Sumber : Data Primer Yang Diolah, 2007

Berdasarkan Tabel 4.10 di atas dapat diketahui bahwa variabel keamanan, memiliki rata-rata jawaban sebesar 3,75, dengan nilai jawaban rata-rata tertinggi 3,83 pada pernyataan keamanan penerbangan di PT Garuda Indonesia secara umum dapat dikatakan sesuai dengan kondisi keuangan konsumen dan nilai rata-rata terendah sebesar 3,61 pada pernyataan penerbangan di PT Garuda Indonesia selama ini sudah aman. Dengan nilai rata-rata sebesar 3,75 ini menunjukkan bahwa penilaian terhadap variabel keamanan mempunyai kecenderungan nilai yang tinggi, ini menunjukkan bahwa penerbangan di PT. Garuda Indonesia selama ini sudah aman, keamanan penerbangan PT. Garuda Indonesia dapat mendukung konsumen dalam perjalanan, serta keamanan perjalanan PT. Garuda Indonesia secara umum dapat dikatakan sesuai dengan kondisi keuangan konsumen.

Tabel 4.11
Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Penggunaan (Y)

No	Pernyataan	Rata-rata
1	Jasa penerbangan di PT Garuda Indonesia sudah sesuai dengan kondisi keuangan konsumen	3.73
2	Jasa penerbangan di PT Garuda Indonesia sudah sesuai dengan keinginan konsumen	3.88
3	Jasa penerbangan di PT Garuda Indonesia dapat diandalkan sebagai salah satu alternatif terbaik dalam melayani transportasi	3.77
Rata		3.79

Sumber : Data Primer Yang Diolah, 2007

Berdasarkan Tabel 4.11 di atas dapat diketahui bahwa variabel Keputusan Penggunaan, memiliki rata-rata jawaban sebesar 3,79, dengan nilai jawaban rata-rata tertinggi 3,88 pada pernyataan jasa penerbangan di PT Garuda Indonesia sudah sesuai dengan keinginan konsumen dan nilai rata-rata terendah sebesar 3,73 pada pernyataan jasa penerbangan di PT Garuda Indonesia sudah sesuai dengan kondisi keuangan konsumen. Dengan nilai rata-rata sebesar 3,79 ini menunjukkan bahwa penilaian terhadap variabel keamanan mempunyai kecenderungan nilai yang tinggi, ini menunjukkan bahwa jasa penerbangan di PT Garuda Indonesia sudah sesuai dengan kondisi keuangan konsumen, jasa penerbangan di PT Garuda Indonesia sudah sesuai dengan keinginan konsumen, serta jasa penerbangan di PT Garuda Indonesia dapat diandalkan sebagai salah satu alternatif terbaik dalam melayani transportasi.

4.3.2. Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda, uji F dan uji t. Model analisis regresi linear berganda ini dipilih untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel-variabel yang meliputi Pelayanan (X_1), Harga (X_2), Fasilitas (X_3), Kenyamanan (X_4) dan Keamanan (X_5), terhadap Keputusan Penggunaan (Y) pada Jasa transportasi PT. Garuda Indonesia Perwakilan Yogyakarta.

4.3.2.1. Analisis Regresi Linear Berganda

Model regresi linear berganda untuk Pelayanan (X_1), Harga (X_2), Fasilitas (X_3), Kenyamanan (X_4), Keamanan (X_5), dan Keputusan Penggunaan (Y) mempunyai formula sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Dalam penelitian ini, dalam menganalisis regresi linear berganda penulis menggunakan seri program statistik SPSS versi 11.5. SPSS. Hasil rangkuman Analisis Regresi Linier Berganda dapat ditampilkan pada Tabel 4.12 berikut:

Tabel 4.12
Rangkuman Hasil Pengolahan Regresi Linear Berganda

Variabel	Koef. Regresi	Std. Error	t _{hitung}	Sig t	Keterangan
Konstanta (a)	0,595				
Pelayanan (X ₁)	0,313	0,071	4,437	0,000	Signifikan
Harga (X ₂)	0,189	0,057	3,307	0,001	Signifikan
Fasilitas (X ₃)	0,179	0,057	3,134	0,002	Signifikan
Kenyamanan (X ₄)	0,192	0,050	3,836	0,000	Signifikan
Keamanan (X ₅)	0,301	0,078	3,882	0,000	Signifikan
S.E of Estimate = 0,36732					
Adjusted R Square = 0,614					
R Square = 0,634					
Multiple R = 0,796					
F hitung = 32,514					
Signif F = 0,000					
F tabel = 2,3113					
t tabel = 1,9855					

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2007

Pada Tabel 4.12 diatas perhitungan regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS didapat hasil sebagai berikut:

$$Y = 0,595 + 0,313X_1 + 0,189X_2 + 0,179X_3 + 0,192X_4 + 0,301X_5$$

1. Konstanta (a)

Nilai konstanta sebesar 0,595 yang berarti bahwa jika tidak ada variabel bebas yang terdiri dari variabel Pelayanan (X₁), Harga (X₂), Fasilitas (X₃), Kenyamanan (X₄) dan Keamanan (X₅), yang mempengaruhi Keputusan Penggunaan maka Keputusan Penggunaan akan mempunyai harga sebesar 0,595.

2. Koefisien Regresi Variabel Pelayanan (b₁)

Variabel Pelayanan (X₁) mempunyai pengaruh yang positif terhadap Keputusan Penggunaan, dengan koefisien regresi sebesar 0,313 yang artinya apabila variabel Pelayanan meningkat sebesar 1 satuan, maka

Keputusan Penggunaan akan meningkat sebesar 0,313 satuan dengan asumsi bahwa pada variabel Harga (X_2), Fasilitas (X_3), Kenyamanan (X_4) dan Keamanan (X_5), dalam kondisi konstan. Dengan adanya pengaruh yang positif ini, berarti bahwa antara variabel Pelayanan dan Keputusan Penggunaan menunjukkan hubungan yang searah. Dengan probabilitas sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 maka pengaruh variabel Pelayanan terhadap Keputusan Penggunaan adalah signifikan.

3. Koefisien Regresi Variabel Harga (b_2)

Pada variabel Harga (X_2) mempunyai pengaruh yang positif terhadap Keputusan Penggunaan, dengan koefisien regresi sebesar 0,189 yang artinya apabila pada variabel Harga meningkat sebesar 1 satuan, maka Keputusan Penggunaan akan meningkat sebesar 0,189 satuan dengan asumsi bahwa pada variabel Pelayanan (X_1), Fasilitas (X_3), Kenyamanan (X_4) dan Keamanan (X_5) dalam kondisi konstan. Dengan adanya pengaruh yang positif ini, berarti bahwa antara variabel Harga dan Keputusan Penggunaan menunjukkan hubungan yang searah. Dengan probabilitas sebesar 0,001 yang lebih kecil dari 0,05 maka pengaruh variabel Harga terhadap Keputusan Penggunaan adalah signifikan.

4. Koefisien Regresi Variabel Fasilitas (b_3)

Pada variabel Fasilitas (X_3) mempunyai pengaruh yang positif terhadap Keputusan Penggunaan, dengan koefisien regresi sebesar 0,179 yang artinya apabila pada variabel Fasilitas meningkat sebesar 1 satuan, maka Keputusan Penggunaan akan meningkat sebesar 0,179 satuan dengan

asumsi bahwa pada variabel Pelayanan (X_1), Harga (X_2), Kenyamanan (X_4) dan Keamanan (X_5) dalam kondisi konstan. Dengan adanya pengaruh yang positif ini, berarti bahwa antara variabel Fasilitas dan Keputusan Penggunaan menunjukkan hubungan yang searah. Dengan probabilitas sebesar 0,002 yang lebih kecil dari 0,05 maka pengaruh variabel Fasilitas terhadap Keputusan Penggunaan adalah signifikan.

5. Koefisien Regresi Variabel Kenyamanan (b_4)

Variabel Kenyamanan (X_4) mempunyai pengaruh yang positif terhadap Keputusan Penggunaan, dengan koefisien regresi sebesar 0,192 yang artinya apabila variabel Kenyamanan meningkat sebesar 1 satuan, maka Keputusan Penggunaan akan meningkat sebesar 0,192 satuan dengan asumsi bahwa pada variabel Pelayanan (X_1), Harga (X_2), Fasilitas (X_3) dan Keamanan (X_5), dalam kondisi konstan. Dengan adanya pengaruh yang positif ini, berarti bahwa antara variabel Kenyamanan dan Keputusan Penggunaan menunjukkan hubungan yang searah. Dengan probabilitas sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 maka pengaruh variabel Kenyamanan terhadap Keputusan Penggunaan adalah signifikan.

6. Koefisien Regresi Variabel Keamanan (b_5)

Variabel Keamanan (X_5) mempunyai pengaruh yang positif terhadap Keputusan Penggunaan, dengan koefisien regresi sebesar 0,301 yang artinya apabila variabel Keamanan meningkat sebesar 1 satuan, maka Keputusan Penggunaan akan meningkat sebesar 0,301 satuan dengan asumsi bahwa pada variabel Pelayanan (X_1), Harga (X_2), Fasilitas (X_3)

dan Kenyamanan (X_4), dalam kondisi konstan. Dengan adanya pengaruh yang positif ini, berarti bahwa antara pada variabel Keamanan dan Keputusan Penggunaan menunjukkan hubungan yang searah. Dengan probabilitas sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 maka pengaruh variabel Keamanan terhadap Keputusan Penggunaan adalah signifikan.

4.3.2.2. Uji Hipotesis secara Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (X) secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Y). Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda yang terangkum dalam Tabel 4.12 didapatkan F_{hitung} sebesar 32,514 dengan tingkat signifikansi 0,000.

Untuk menginterpretasikan data ke hipotesis yang digunakan:

H_0 : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel-variabel Kualitas Pelayanan secara bersama-sama terhadap Keputusan Penggunaan.

H_a : Ada pengaruh yang signifikan antara variabel-variabel Kualitas Pelayanan secara bersama-sama terhadap Keputusan Penggunaan.

Kriteria penentuan keputusan :

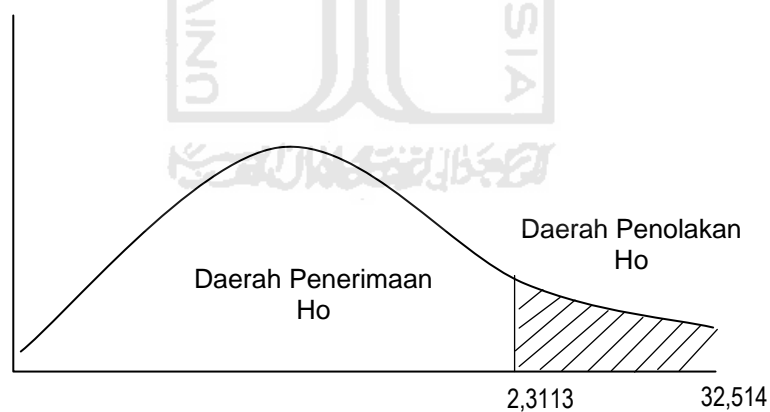
- Jika $F_{hitung} < F_{Tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak
- Jika $F_{hitung} > F_{Tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Dengan berpedoman pada $DF = N - k - 1$ diperoleh F_{Tabel} atau $F_{0,05;5;94}$ yaitu sebesar 2,3113. Berdasarkan Tabel 4.12 di atas di dapat F_{hitung} sebesar 32,514. Hal ini menunjukkan bahwa F_{hitung} lebih besar dari F_{Tabel} yang nilainya 2,3113. Karena $F_{hitung} > F_{Tabel}$ ($32,514 > 2,3113$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan yang terdiri dari variabel

Pelayanan (X_1), Harga (X_2), Fasilitas (X_3), Kenyamanan (X_4) dan Keamanan (X_5) secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Penggunaan pada Jasa transportasi PT. Garuda Indonesia Perwakilan Yogyakarta.

Nilai *Standard Error of the Estimate* (Standar eror penaksiran) sebesar 0,36732. Nilai ini lebih kecil dari pada standar deviasi pada Keputusan Penggunaan yaitu sebesar 0,59134. Hal ini dapat menjelaskan bahwa model regresi lebih baik dalam bertindak sebagai prediktor Keputusan Penggunaan, dan mempunyai ketepatan prediksi yang tinggi karena mempunyai *Standard Error of the Estimate* yang lebih kecil daripada standar deviasi.

Pengambilan kesimpulan ini dapat di jelaskan dengan Gambar 4.1 sebagai berikut:



Sumber : Data Primer diolah, 2007

Gambar 4.1
Uji Distribusi F Variabel X_1, X_2, X_3, X_4 , dan X_5

4.3.2.3. Analisis Korelasi Berganda (R)

Berdasarkan Tabel 4.12 di atas dapat diketahui Koefisien korelasi ganda (R) sebesar 0,796, dengan koefisien korelasi ganda sebesar 0,796 maka dapat

diartikan bahwa besarnya pengaruh antara variabel Pelayanan (X_1), Harga (X_2), Fasilitas (X_3), Kenyamanan (X_4) dan Keamanan (X_5) sebesar 79,6%, ini menunjukkan bahwa hubungan antara kelima variabel bebas (X) secara bersama dengan variabel terikat (Y) erat.

Berdasarkan Tabel 4.12 di atas dapat diketahui koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,634. Dengan nilai koefisien determinasi sebesar 0,634, maka dapat diartikan bahwa 63,4% Keputusan Penggunaan dapat dijelaskan oleh kelima variabel bebas yang terdiri dari variabel Pelayanan (X_1), Harga (X_2), Fasilitas (X_3), Kenyamanan (X_4) dan Keamanan (X_5). Sedangkan sisanya sebesar 36,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian.

4.3.2.4. Pengujian Hipotesis secara Parsial (Uji t)

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh secara parsial variabel independen (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). Untuk menginterpretasikan data hipotesis yang digunakan:

Ho : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara dari variabel Pelayanan (X_1), Harga (X_2), Fasilitas (X_3), Kenyamanan (X_4) dan Keamanan (X_5), secara parsial terhadap Keputusan Penggunaan (Y).

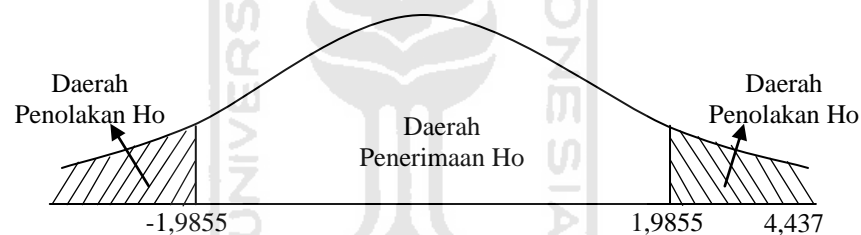
Ha : Ada pengaruh yang signifikan antara dari variabel Pelayanan (X_1), Harga (X_2), Fasilitas (X_3), Kenyamanan (X_4) dan Keamanan (X_5), secara parsial terhadap Keputusan Penggunaan (Y).

Kriteria pengujian :

- Jika $t_{hitung} < -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- Jika $-t_{tabel} < t_{hitung} < +t_{tabel}$ maka H_0 diterima atau H_a ditolak.

1. Pengujian t hitung pada variabel Pelayanan (X_1)

Dengan pengujian dua sisi yang menggunakan tingkat signifikan sebesar $\alpha = 5\%$ dan dengan derajat kebebasan df ($N-k-1 = 100-5-1 = 94$) diperoleh $t_{\text{tabel}} = \pm 1,9855$. Hasil perhitungan pada regresi berganda diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 4,437. Dengan demikian t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($4,437 > 1,9855$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya pada variabel Pelayanan secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Penggunaan. Ini diperkuat dengan probabilitas t_{hitung} sebesar 0,000 yang nilai lebih kecil dari 0,05. Pengambilan kesimpulan ini dapat diperjelas lagi dengan Gambar 4.2 sebagai berikut:



Sumber : Data Primer diolah, 2007

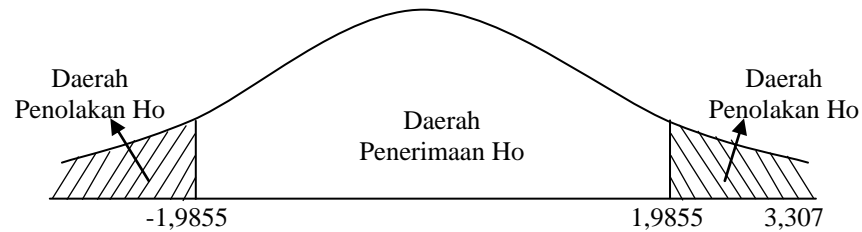
Gambar 4.2
Pengujian t hitung pada variabel Pelayanan (X_1)

2. Pengujian t hitung pada variabel Harga (X_2).

Dengan pengujian dua sisi yang menggunakan tingkat signifikan sebesar $\alpha = 5\%$ dan dengan derajat kebebasan df ($N-k-1$) diperoleh $t_{\text{tabel}} = \pm 1,9855$. Hasil perhitungan pada regresi linier berganda diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3,307. Dengan demikian t_{hitung} lebih besar dari t_{Tabel} ($3,307 > 1,9855$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya pada variabel Harga secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan

Penggunaan. Ini diperkuat dengan probabilitas t_{hitung} sebesar 0,001 yang nilai lebih kecil dari 0,05.

Pengambilan kesimpulan ini dapat diperjelas lagi dengan Gambar 4.3 sebagai berikut:



Sumber : Data Primer diolah, 2007

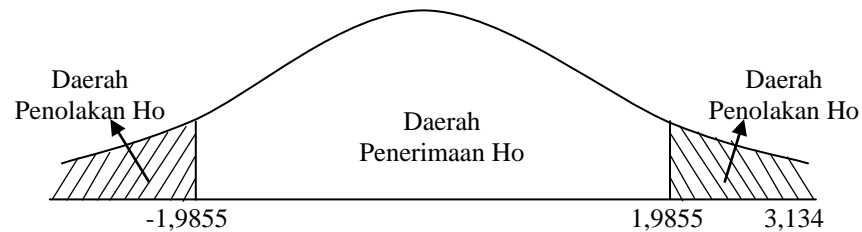
Gambar 4.3
Pengujian t hitung pada variabel Harga (X_2)

3. Pengujian terhadap koefisien regresi Fasilitas (X_3)

Dengan pengujian dua sisi yang menggunakan tingkat signifikan sebesar $\alpha = 5\%$ dan dengan derajat kebebasan df ($N-k-1$) diperoleh t tabel = $\pm 1,9855$. Hasil perhitungan pada regresi linier berganda diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3,134. Dengan demikian t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($3,134 > 1,9855$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya pada variabel Fasilitas secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Penggunaan. Ini diperkuat dengan probabilitas t_{hitung} sebesar 0,002 yang nilai lebih kecil dari 0,05.

Pengambilan kesimpulan ini dapat diperjelas lagi dengan Gambar

4.4 sebagai berikut:



Sumber : Data Primer diolah, 2007

Gambar 4.4

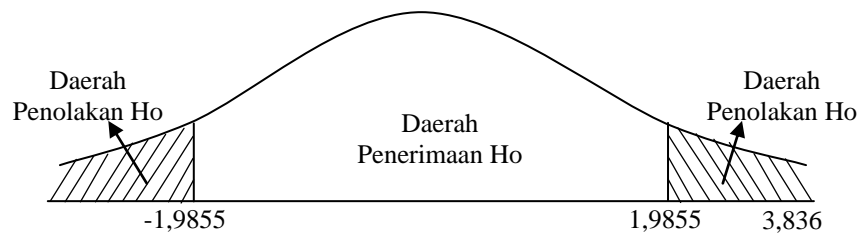
Pengujian t hitung pada variabel Fasilitas (X_3)

4. Pengujian t hitung pada variabel Kenyamanan (X_4)

Dengan pengujian dua sisi yang menggunakan tingkat signifikan sebesar $\alpha = 5\%$ dan dengan derajat kebebasan $df (N-k-1)$ diperoleh $t_{tabel} = \pm 1,9855$. Hasil perhitungan pada regresi linier berganda diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3,836. Dengan demikian t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($3,836 > 1,9855$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya pada variabel Kenyamanan secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Penggunaan. Ini diperkuat dengan probabilitas t_{hitung} sebesar 0,000 yang nilai lebih kecil dari 0,05.

Pengambilan kesimpulan ini dapat diperjelas lagi dengan Gambar

4.5 sebagai berikut:



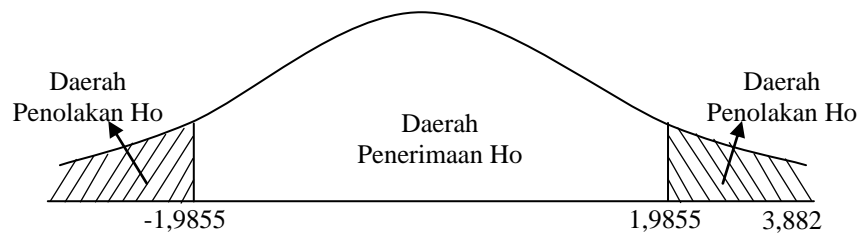
Sumber : Data Primer diolah, 2007

Gambar 4.5
Pengujian t hitung pada variabel Kenyamanan (X_4)

5. Pengujian t hitung pada Variabel Keamanan (X_5)

Dengan pengujian dua sisi yang menggunakan tingkat signifikan sebesar $\alpha = 5\%$ dan dengan derajat kebebasan $df (N-k-1)$ diperoleh t tabel = $\pm 1,9855$. Hasil perhitungan pada regresi linier berganda diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3,882. Dengan demikian t_{hitung} lebih besar dari t_{Tabel} ($3,882 > 1,9855$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya pada variabel Keamanan secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Penggunaan. Ini diperkuat dengan probabilitas t_{hitung} sebesar 0,000 yang nilai lebih kecil dari 0,05.

Pengambilan kesimpulan ini dapat diperjelas lagi dengan Gambar 4.6 sebagai berikut:



Sumber : Data Primer diolah, 2007

Gambar 4.6
Pengujian t hitung pada variabel Keamanan (X_4)

4.3.2.5. Variabel Dominan

Untuk mengetahui variabel dominan berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan digunakan koefisien determinasi parsial (r^2). Hasil koefisien korelasi parsial dengan bantuan SPSS 11.5, dapat dilihat pada Tabel 4.12, dan dapat dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 4.13
Koefisien Korelasi Parsial dan Determinasi Parsial

Variabel	r parsial	r^2
Pelayanan (X1)	0.416	0.173
Harga (X2)	0.323	0.104
Fasilitas (X3)	0.308	0.095
Kenyamanan (X4)	0.368	0.135
Keamanan (X5)	0.372	0.138

Sumber : Data primer yang diolah, 2007

Berdasarkan nilai koefisien determinasi parsial dapat diketahui bahwa variabel pelayanan mempunyai nilai koefisien determinasi paling besar yaitu 0,173 sehingga dapat diketahui bahwa variabel pelayanan merupakan variabel yang paling besar pengaruhnya terhadap Keputusan Penggunaan jasa transportasi PT. Garuda Indonesia Perwakilan Yogyakarta.

4.3. Uji Asumsi Klasik

Berdasarkan hasil pengujian statistik, model persamaan Regresi yang diajukan sudah memenuhi syarat, tetapi agar model persamaan tersebut dapat diterima secara Ekonometrik maka harus memenuhi asumsi klasik antara lain Multikolinieritas, Heteroskedastisitas, dan Uji Normalitas.

4.3.1. Uji Multikolinieritas

Pengujian terhadap multikolinieritas dilakukan n mengetahui apakah kelima variabel bebas tersebut saling berkorelasi. Untuk lebih jelasna uji multikolinieritas dapat dilihat pada Tabel 4.13 berikut ini:

Tabel 4.13
Uji Multikolinieritas

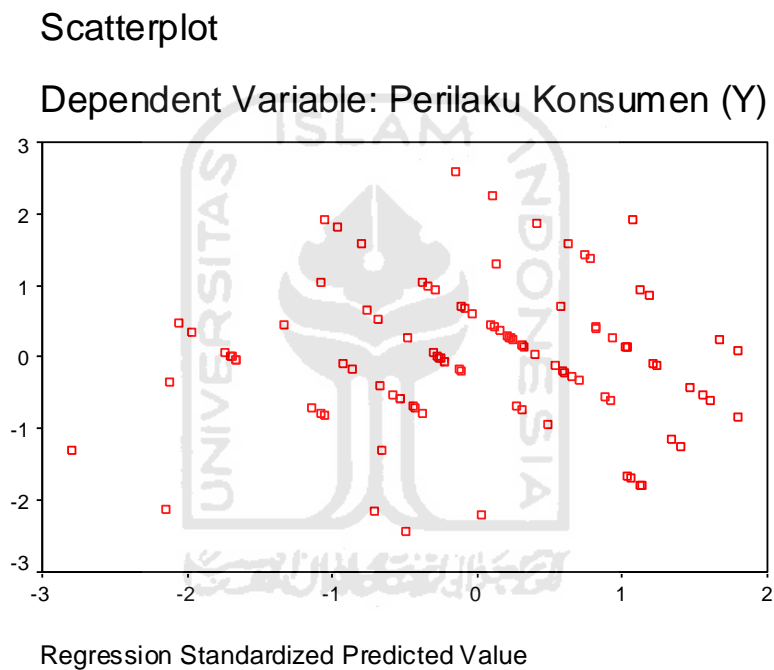
Variabel	Korelasi	Ket.	Kesimpulan
X ₁ dengan X ₂	-0,0448	< 0,8	Tidak terjadi multikolinieritas
X ₁ dengan X ₃	0,0993	< 0,8	Tidak terjadi multikolinieritas
X ₁ dengan X ₄	0,3236	< 0,8	Tidak terjadi multikolinieritas
X ₁ dengan X ₅	0,4396	< 0,8	Tidak terjadi multikolinieritas
X ₂ dengan X ₃	-0,0334	< 0,8	Tidak terjadi multikolinieritas
X ₂ dengan X ₄	0,1763	< 0,8	Tidak terjadi multikolinieritas
X ₂ dengan X ₅	0,3463	< 0,8	Tidak terjadi multikolinieritas
X ₃ dengan X ₄	0,0219	< 0,8	Tidak terjadi multikolinieritas
X ₃ dengan X ₅	0,1386	< 0,8	Tidak terjadi multikolinieritas
X ₄ dengan X ₅	0,2850	< 0,8	Tidak terjadi multikolinieritas

Sumber : Data primer yang diolah, 2007

Berdasarkan Tabel 4.13 di atas nilai probabilitas atau tingkat signifikansi untuk variabel X₁ dengan X₂, X₁ dengan X₃, X₁ dengan X₄, X₁ dengan X₅, X₂ dengan X₃, X₂ dengan X₄, X₂ dengan X₅, X₃ dengan X₄, X₃ dengan X₅, dan X₄ dengan X₅, masing masing mempunyai nilai lebih kecil dari 0,8 sehingga dapat disimpulkan bahwa kelima variabel bebas tersebut tidak saling berkorelasi.

4.3.2. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah variasi residual tidak sama untuk semua pengamatan. Uji ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah terjadi penyimpangan model karena varian gangguan berbeda antara satu observasi ke observasi lain. Pengujian terhadap Heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan metode *Scatter plot*. Hasil pengolahan terlihat Gambar 4.6 sebagai berikut:

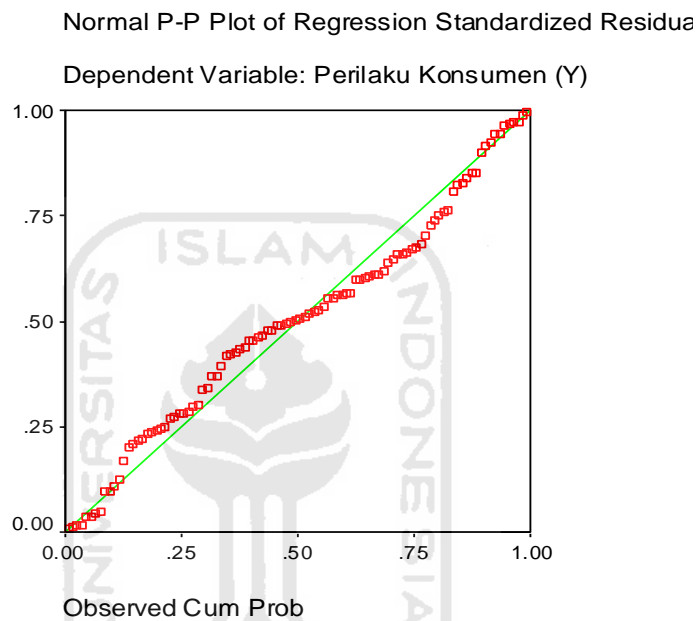


Gambar 4.6
Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan Gambar diatas dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar tidak membentuk pola tertentu serta terletak diatas dan dibawah angka nol maka pada penelitian ini pada varibel bebas tidak terjadi Heteroskedastisitas.

4.3.3. Uji Normalitas

Uji ini adalah untuk menguji apakah pengamatan berdistribusi secara normal atau tidak, uji ini menggunakan *Normal P-P Plot*. Hasil uji Normalitas dapat dilihat pada gambar dibawah ini.



Gambar 4.7
Uji Normalitas

Berdasarkan Gambar 4.8 dapat diketahui sebaran titik-titik terletak disekitar garis diagonal sehingga dapat disimpulkan bahwa data untuk semua variabel penelitian berdistribusi normal.

4.4. Pembahasan

Pembahasan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Penggunaan didasarkan pada hasil analisis data. Tahapan pembahasan dimulai dari analisis pengaruh Kualitas Pelayanan yang terdiri dari variabel Pelayanan

(X_1), Harga (X_2), Fasilitas (X_3), Kenyamanan (X_4) dan Keamanan (X_5) terhadap Keputusan Penggunaan diuji secara regresi linier berganda.

1. Pengaruh Variabel Pelayanan terhadap Keputusan Penggunaan

Berdasarkan analisis regresi Pelayanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan. Hal ini juga diperkuat dengan skor jawaban rata-rata variabel Pelayanan sebesar 3,86 dan penilaian terhadap variabel Keputusan Penggunaan sebesar 3,79 yang menunjukkan penilaian yang tinggi. Dengan adanya pelayanan PT. Garuda Indonesia terhadap konsumen yang diusahakan sebaik mungkin tentunya akan mempengaruhi Keputusan Penggunaan untuk selalu menggunakan jasa transportasi PT. Garuda Indonesia.

2. Pengaruh Variabel Harga terhadap Keputusan Penggunaan

Berdasarkan analisis regresi harga mempunyai pengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan. Hal ini juga diperkuat dengan skor jawaban rata-rata variabel harga sebesar 3,74 dan penilaian terhadap variabel Keputusan Penggunaan sebesar 3,79 yang menunjukkan penilaian yang tinggi. Harga tiket yang ditetapkan oleh pihak PT. Garuda Indonesia tentunya akan diimbangi oleh pelayanan dan fasilitas yang disediakan oleh pihak perusahaan sehingga dengan adanya harga yang sesuai dengan fasilitas dan pelayanan yang diberikan akan membuat konsumen merasa tidak dirugikan setiap menggunakan jasa transportasi PT. Garuda Indonesia.

3. Pengaruh Variabel Fasilitas terhadap Keputusan Penggunaan

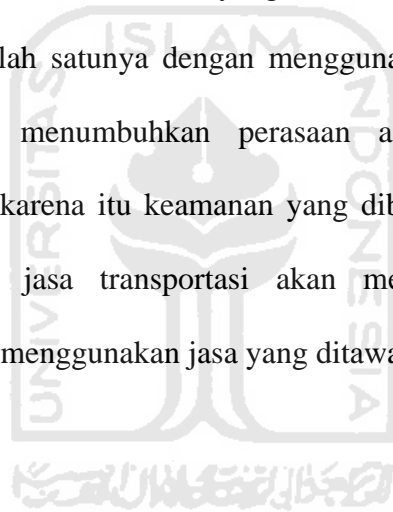
Berdasarkan analisis regresi Fasilitas mempunyai pengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan. Hal ini juga diperkuat dengan skor jawaban rata-rata variabel Fasilitas sebesar 3,57 dan penilaian terhadap variabel Keputusan Penggunaan sebesar 3,79 yang menunjukkan penilaian yang tinggi. Fasilitas yang disediakan tentunya merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi konsumen dalam menggunakan pelayanan jasa. Begitu juga dengan PT. Garuda Indonesia tentunya dalam menyediakan jasa transportasi pasti diimbangi dengan fasilitas-fasilitas tertentu seperti tempat duduk pesawat yang nyaman, umur pesawat yang tidak terlalu tua, ruangan yang bersih dan nyaman, dan lain-lain. Adanya fasilitas ini akan mempengaruhi Keputusan Penggunaan.

4. Pengaruh Variabel Kenyamanan terhadap Keputusan Penggunaan

Berdasarkan analisis regresi Kenyamanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan. Hal ini juga diperkuat dengan skor jawaban rata-rata variabel kenyamanan sebesar 3,68 dan penilaian terhadap variabel Keputusan Penggunaan sebesar 3,79 yang menunjukkan penilaian yang tinggi. Kenyamanan dalam sebuah perjalanan pasti sesuatu yang diharapkan oleh pengguna jasa transportasi, karena dengan merasakan nyaman selama dalam perjalanan tentunya akan membuat penumpang tidak merasa boring. Kenyamanan selama dalam perjalanan tentunya sangat diusahakan oleh pihak perusahaan agar konsumen memilih PT. Garuda Indonesia sebagai sarana perjalanan konsumen.

5. Pengaruh Variabel Keamanan terhadap Keputusan Penggunaan

Berdasarkan analisis regresi Keamanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan. Hal ini juga diperkuat dengan skor jawaban rata-rata variabel keamanan sebesar 3,75 dan penilaian terhadap variabel Keputusan Penggunaan sebesar 3,79 yang menunjukkan penilaian yang tinggi. Konsumen akan merasakan ketenangan jika konsumen atau orang merasa dirinya aman dari segala bentuk bahaya. Dengan adanya jaminan keamanan yang diberikan oleh pihak PT. Garuda Indonesia yaitu salah satunya dengan menggunakan pesawat yang tidak terlalu tua akan menumbuhkan perasaan aman dan tenang bagi penumpang. Oleh karena itu keamanan yang diberikan dan dijamin oleh pihak perusahaan jasa transportasi akan mempengaruhi Keputusan Penggunaan untuk menggunakan jasa yang ditawarkan.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian seperti yang telah diuraikan pada bab sebelumnya dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu :

1. Berdasarkan uji F dapat disimpulkan secara bersama-sama Kualitas Pelayanan yang terdiri dari variabel Pelayanan (X1), Harga (X2), Fasilitas (X3), Kenyamanan (X4) dan Keamanan (X5), mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Penggunaan di Jasa transportasi PT. Garuda Indonesia Perwakilan Yogyakarta. Hal ini dapat ditunjukkan dengan nilai $F_{hitung} = 32,514$ lebih besar dari $F_{tabel} = 2,3113$. Sedangkan besarnya pengaruh kelima variabel bebas tersebut terhadap Keputusan Penggunaan sebesar 63,4% sedangkan sisanya 36,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.
2. Berdasarkan uji t, Kualitas Pelayanan yang terdiri dari variabel Pelayanan, Harga, Fasilitas, Kenyamanan dan Keamanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan. Ini dapat dibuktikan dengan harga t_{hitung} dari masing-masing variabel yaitu Pelayanan ($t_{hitung}=4,437$), Harga ($t_{hitung}=3,307$), Fasilitas ($t_{hitung}=3,134$), Kenyamanan ($t_{hitung}=3,836$) dan Keamanan ($t_{hitung}=3,838$) lebih besar dari t_{tabel} yaitu sebesar 1,9855.

3. Variabel Pelayanan merupakan variabel yang dominan berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan jasa transportasi PT. Garuda Indonesia Perwakilan Yogyakarta.

B. Saran

Berdasar kesimpulan diatas, selanjutnya dapat diusulkan saran yang diharapkan akan bermanfaat bagi Jasa transportasi PT. Garuda Indonesia Perwakilan Yogyakarta berkaitan dengan pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Penggunaan.

1. Saran yang diusulkan adalah mempertahankan atau bahkan meningkatkan variabel pelayanan karena berdasarkan penelitian variabel ini mempunyai koefisien regresi atau pengaruh yang paling besar terhadap Keputusan Penggunaan. Misalnya selalu tersedianya kantor-kantor cabang yang mudah didapatkan dan mudah dihubungi oleh konsumen, sehingga konsumen akan merasakan kemudahan mendapatkan tiket dan akomodasi.
2. Disarankan pihak perusahaan memperhatikan variabel fasilitas karena berdasarkan hasil penelitian variabel ini merupakan variabel yang mempunyai koefisien regresi paling kecil terhadap Keputusan Penggunaan. Disarankan kepada perusahaan untuk menambah fasilitas-fasilitas seperti layanan antar jemput yang dilakukan oleh pihak PT. Garuda untuk konsumen yang sudah membeli tiket sehingga konsumen akan merasakan kemudahan dalam hal transportasi menuju bandara maupun meninggalkan bandara.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian seperti yang telah diuraikan pada bab sebelumnya dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu :

1. Berdasarkan uji F dapat disimpulkan secara bersama-sama Kualitas Pelayanan yang terdiri dari variabel Pelayanan (X1), Harga (X2), Fasilitas (X3), Kenyamanan (X4) dan Keamanan (X5), mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Penggunaan di Jasa transportasi PT. Garuda Indonesia Perwakilan Yogyakarta. Hal ini dapat ditunjukkan dengan nilai $F_{hitung} = 32,514$ lebih besar dari $F_{tabel} = 2,3113$. Sedangkan besarnya pengaruh kelima variabel bebas tersebut terhadap Keputusan Penggunaan sebesar 63,4% sedangkan sisanya 36,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.
2. Berdasarkan uji t, Kualitas Pelayanan yang terdiri dari variabel Pelayanan, Harga, Fasilitas, Kenyamanan dan Keamanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan. Ini dapat dibuktikan dengan harga t_{hitung} dari masing-masing variabel yaitu Pelayanan ($t_{hitung}=4,437$), Harga ($t_{hitung}=3,307$), Fasilitas ($t_{hitung}=3,134$), Kenyamanan ($t_{hitung}=3,836$) dan Keamanan ($t_{hitung}=3,838$) lebih besar dari t_{tabel} yaitu sebesar 1,9855.

3. Variabel Pelayanan merupakan variabel yang dominan berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan jasa transportasi PT. Garuda Indonesia Perwakilan Yogyakarta.

B. Saran

Berdasar kesimpulan diatas, selanjutnya dapat diusulkan saran yang diharapkan akan bermanfaat bagi Jasa transportasi PT. Garuda Indonesia Perwakilan Yogyakarta berkaitan dengan pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Penggunaan.

1. Saran yang diusulkan adalah mempertahankan atau bahkan meningkatkan variabel pelayanan karena berdasarkan penelitian variabel ini mempunyai koefisien regresi atau pengaruh yang paling besar terhadap Keputusan Penggunaan. Misalnya selalu tersedianya kantor-kantor cabang yang mudah didapatkan dan mudah dihubungi oleh konsumen, sehingga konsumen akan merasakan kemudahan mendapatkan tiket dan akomodasi.
2. Disarankan pihak perusahaan memperhatikan variabel fasilitas karena berdasarkan hasil penelitian variabel ini merupakan variabel yang mempunyai koefisien regresi paling kecil terhadap Keputusan Penggunaan. Disarankan kepada perusahaan untuk menambah fasilitas-fasilitas seperti layanan antar jemput yang dilakukan oleh pihak PT. Garuda untuk konsumen yang sudah membeli tiket sehingga konsumen akan merasakan kemudahan dalam hal transportasi menuju bandara maupun meninggalkan bandara.

DAFTAR PUSTAKA

- Anto Dayan, (1997), *Pengantar Metode Statistik*, Jilid III, LP3ES, Jakarta
- Basu Swasta dan Ibnu Sukarjo, (1993), *Pengantar Bisnis Modern*, Edisi ketiga, Liberty, Yogyakarta.
- Basu Swasta dan Irawan, (1991), *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi Ketiga, Penerbit Liberty Offset, Yogyakarta.
- Basu Swasta dan T. Hani Handoko, (1997), *Manajemen Pemasaran : Analisis Perilaku Konsumen*, Edisi 1, Liberty, Yogyakarta.
- Djawanto Ps, dan Subagyo P, (1996), *Statistik Induktif*, Edisi Ke-empat, BPFE, Yogyakarta,
- Dyah Sawitri, dan Abdul Halim, (2003), USAHAWAN "Bagaimana Membangun Kualitas Layanan Publik" Malang : Usahawan.
- Farida Jafar (2003), Media Riset "Kepuasan Pelanggan dan Price Acceptance: Studi pada Penumpang Penerbangan Nasional" , Jakarta : LPFE Trisakti.
- Husein Umar, (2000), *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, Gramedia, Jakarta.
- Kotler P, (1990), *Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, Edisi Kelima. Jakarta, Erlangga..

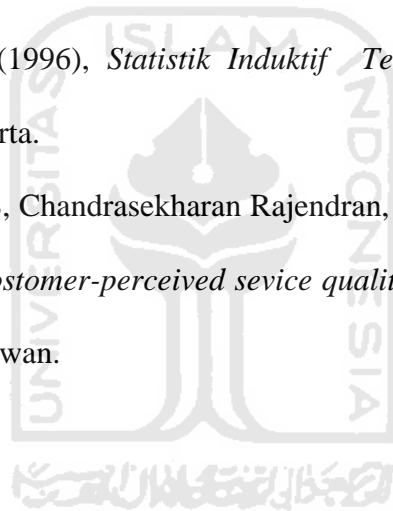
Muhammad Riza R Aziz, (2004) *Hubungan Atribut Produk Dengan Keputusan Konsumen Dalam Menggunakan Pelayanan Penerbangan Dengan Lion Airlines (Studi kasus penerbangan Yogyakarta.)*. Skripsi, FE UII, Yogyakarta.

Ponirin, SE (2005) *A Closer Look Into Service Quality and Costomer Loyalty in an Indonesian Electronic Retailing*, Usahawan.

Rhenald Kasali, Ph.D.(2005), *Change*, Edisi pertama, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.

Samsubar Saleh, (1996), *Statistik Induktif Terapan untuk Bisnis dan Ekonomi*, BPFE, Yogyakarta.

Sureshchandar G.S, Chandrasekharan Rajendran, dan R.N. Anantharaman, (2002) *Determinants of costomer-perceived sevice quality: a confirmatory Factor Analysis Approach*, Usahawan.



LAMPIRAN 1.

Uji Validitas Variabel Pelayanan (X1)

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	TOT_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.786**	.595**	.919**
	Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.786**	1	.561**	.902**
	Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.000
	N	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.595**	.561**	1	.801**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.	.000
	N	100	100	100	100
TOT_X1	Pearson Correlation	.919**	.902**	.801**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.
	N	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji Reliabilitas Variabel Pelayanan (X1)

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

R E L I A B I L I T Y A N A L Y S I S - S C A L E (A L P H A)

Reliability Coefficients

N of Cases = 100.0

N of Items = 3

Alpha = .8473

LAMPIRAN 2.

Uji Validitas Variabel Harga (X2)

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	TOT_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.809**	.724**	.930**
	Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.809**	1	.659**	.901**
	Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.000
	N	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.724**	.659**	1	.885**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.	.000
	N	100	100	100	100
TOT_X2	Pearson Correlation	.930**	.901**	.885**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.
	N	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji Reliabilitas Variabel Harga (X2)

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

R E L I A B I L I T Y A N A L Y S I S - S C A L E (A L P H A)

Reliability Coefficients

N of Cases = 100.0

N of Items = 3

Alpha = .8883

LAMPIRAN 3.

Uji Validitas Variabel Fasilitas (X3)

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	TOT_X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.572**	.579**	.803**
	Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.572**	1	.671**	.889**
	Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.000
	N	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.579**	.671**	1	.881**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.	.000
	N	100	100	100	100
TOT_X3	Pearson Correlation	.803**	.889**	.881**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.
	N	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji Reliabilitas Variabel Fasilitas (X3)

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

R E L I A B I L I T Y A N A L Y S I S - S C A L E (A L P H A)

Reliability Coefficients

N of Cases = 100.0

N of Items = 3

Alpha = .8172

LAMPIRAN 4.

Uji Validitas Variabel Kenyamanan (X4)

Correlations

		X4.1	X4.2	X4.3	TOT_X4
X4.1	Pearson Correlation	1	.800**	.715**	.930**
	Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
X4.2	Pearson Correlation	.800**	1	.679**	.910**
	Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.000
	N	100	100	100	100
X4.3	Pearson Correlation	.715**	.679**	1	.877**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.	.000
	N	100	100	100	100
TOT_X4	Pearson Correlation	.930**	.910**	.877**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.
	N	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji Reliabilitas Variabel Kenyamanan (X4)

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

R E L I A B I L I T Y A N A L Y S I S - S C A L E (A L P H A)

Reliability Coefficients

N of Cases = 100.0

N of Items = 3

Alpha = .8905

LAMPIRAN 5.

Uji Validitas Variabel Keamanan (X5)

Correlations

		X5.1	X5.2	X5.3	TOT_X5
X5.1	Pearson Correlation	1	.559**	.486**	.806**
	Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
X5.2	Pearson Correlation	.559**	1	.605**	.871**
	Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.000
	N	100	100	100	100
X5.3	Pearson Correlation	.486**	.605**	1	.832**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.	.000
	N	100	100	100	100
TOT_X5	Pearson Correlation	.806**	.871**	.832**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.
	N	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji Reliabilitas Variabel Keamanan (X5)

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

R E L I A B I L I T Y A N A L Y S I S - S C A L E (A L P H A)

Reliability Coefficients

N of Cases = 100.0

N of Items = 3

Alpha = .7861

LAMPIRAN 6.

Uji Validitas Variabel Keputusan Penggunaan (Y)

Correlations

		Y1.1	Y1.2	Y1.3	TOT_Y
Y1.1	Pearson Correlation	1	.576**	.440**	.807**
	Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
Y1.2	Pearson Correlation	.576**	1	.522**	.856**
	Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.000
	N	100	100	100	100
Y1.3	Pearson Correlation	.440**	.522**	1	.802**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.	.000
	N	100	100	100	100
TOT_Y	Pearson Correlation	.807**	.856**	.802**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.
	N	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji Validitas Variabel Keputusan Penggunaan (Y)

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

R E L I A B I L I T Y A N A L Y S I S - S C A L E (A L P H A)

Reliability Coefficients

N of Cases = 100.0

N of Items = 3

Alpha = .7587

LAMPIRAN 7.

Regression

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Keputusan Penggunaan (Y)	3.7936	.59134	100
Pelayanan (X1)	3.8604	.62046	100
Harga (X2)	3.7396	.71933	100
Fasilitas (X3)	3.5733	.65678	100
Kenyamanan (X4)	3.6804	.79835	100
Keamanan (X5)	3.7471	.58848	100

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Keamanan (X5), Fasilitas (X3), Kenyamanan (X4), Harga (X2), Pelayanan (X1) ^a	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan (Y)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.796 ^a	.634	.614	.36732

a. Predictors: (Constant), Keamanan (X5), Fasilitas (X3), Kenyamanan (X4), Harga (X2), Pelayanan (X1)

b. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan (Y)

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	21.935	5	4.387	32.514	.000 ^a
	Residual	12.683	94	.135		
	Total	34.618	99			

a. Predictors: (Constant), Keamanan (X5), Fasilitas (X3), Kenyamanan (X4), Harga (X2), Pelayanan (X1)

b. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan (Y)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)	.595	.368		1.618	.109					
	Pelayanan (X1)	.313	.071	.329	4.437	.000	.554	.416	.277	.711	1.406
	Harga (X2)	.189	.057	.230	3.307	.001	.358	.323	.206	.809	1.236
	Fasilitas (X3)	.179	.057	.198	3.134	.002	.271	.308	.196	.972	1.028
	Kenyamanan (X4)	.192	.050	.260	3.836	.000	.496	.368	.239	.851	1.176
	Keamanan (X5)	.301	.078	.299	3.882	.000	.625	.372	.242	.655	1.527

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan (Y)

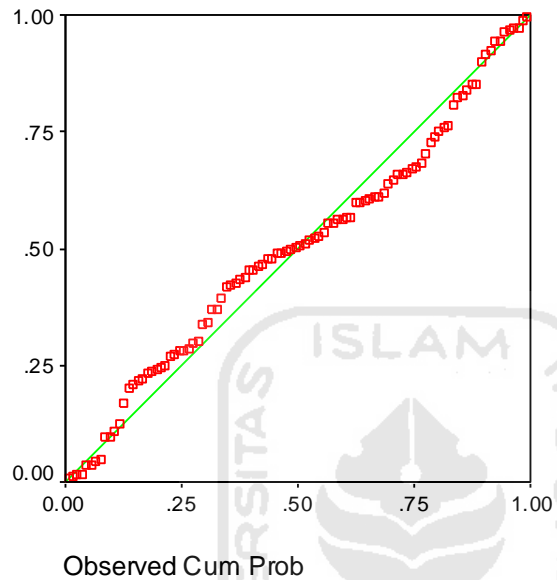


LAMPIRAN 8.

Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

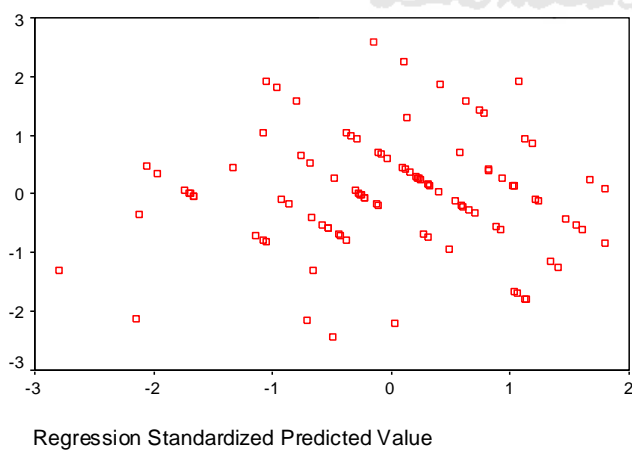
Dependent Variable: Perilaku Konsumen (Y)



Uji Heteroskedastisitas

Scatterplot

Dependent Variable: Perilaku Konsumen (Y)



LAMPIRAN 9.

Uji Multikolinieritas

- - - P A R T I A L C O R R E L A T I O N C O E F F I C I E N T S - - -

Controlling for.. ZRE_1

	X1	X2	X3	X4	X5	Y
X1	1.0000 (0) P= .	-.0448 (97) P= .660	.0993 (97) P= .328	.3236 (97) P= .001	.4396 (97) P= .000	.6955 (97) P= .000
X2	-.0448 (97) P= .660	1.0000 (0) P= .	-.0334 (97) P= .743	.1763 (97) P= .081	.3463 (97) P= .000	.4494 (97) P= .000
X3	.0993 (97) P= .328	-.0334 (97) P= .743	1.0000 (0) P= .	.0219 (97) P= .830	.1386 (97) P= .171	.3399 (97) P= .001
X4	.3236 (97) P= .001	.1763 (97) P= .081	.0219 (97) P= .830	1.0000 (0) P= .	.2850 (97) P= .004	.6232 (97) P= .000
X5	.4396 (97) P= .000	.3463 (97) P= .000	.1386 (97) P= .171	.2850 (97) P= .004	1.0000 (0) P= .	.7851 (97) P= .000
Y	.6955 (97) P= .000	.4494 (97) P= .000	.3399 (97) P= .001	.6232 (97) P= .000	.7851 (97) P= .000	1.0000 (0) P= .

(Coefficient / (D.F.) / 2-tailed Significance)

" . " is printed if a coefficient cannot be computed