

BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Penelitian dilakukan di perusahaan jasa transportasi PT. KA spesifikasi Kereta Api Eksekutif Sancaka jurusan Yogyakarta-Surabaya. Penelitian bertujuan untuk menganalisa sikap konsumen terhadap pelayanan jasa Kereta Api (KA) Eksekutif Sancaka, dan untuk mengetahui perbedaan sikap konsumen berdasarkan karakteristik responden.

Subyek penelitian ini adalah pengguna/pelanggan jasa transportasi KA Eksekutif Sancaka jurusan Yogyakarta-Surabaya. Sedangkan obyek penelitiannya adalah keyakinan dan evaluasi konsumen pada jasa transportasi KA Eksekutif Sancaka. Dengan cara ini pihak jasa transportasi KA Eksekutif Sancaka Jurusan Yogyakarta-Surabaya dapat melihat komponen mana saja yang harus ditingkatkan pelayanannya sehingga sesuai dengan kepentingan konsumen.

Analisis data pada bab ini terdiri dari analisis deskriptif dan analisis inferensial. Analisis deskriptif adalah analisis yang mendeskripsikan tentang karakteristik responden dan sikap konsumen yang ditampilkan dalam bentuk persentase. Sedangkan analisis inferensial yaitu analisis yang mengacu pada hasil uji statistik yaitu Uji Kruskal Wallis.

Sebelum dilakukan analisis terhadap data penelitian terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan reliabilitas agar kesimpulan yang diperoleh tidak menimbulkan hasil yang bias.

4.1.Uji Instrumen Penelitian

Uji instrumen digunakan untuk mengetahui sejauh mana instrumen penelitian (kuesioner) mampu mengukur data dari hasil jawaban responden secara tepat dan konsisiten. Dalam pengujian instrumen penelitian dilakukan dengan uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas digunakan untuk mengukur tingkat ketepatan alat ukur sedangkan uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui tingkat keandalan/kekonsistensian hasil jawaban apabila dilakukan pengukuran pada waktu dan tempat yang berbeda.

Dalam penelitian ini, cara yang ditempuh untuk mengumpulkan data adalah dengan menggunakan angket yang berisi tentang butir-butir pertanyaan yang kemudian dibagikan kepada responden. Dalam penelitian ini uji validitas dan reliabilitas menggunakan langkah uji coba terpakai. Artinya peneliti melakukan satu kali penyebaran kuesioner yang digunakan untuk uji validitas dan uji statistik. Dalam melakukan uji coba terpakai, angket di sebarakan kepada 96 orang responden sebagai data sampel. Hasil dari pengujian validitas dan reliabilitas instrumen pertanyaan tentang sikap konsumen pada Jasa KA Eksekutif Sancaka jurusan Yogyakarta-Surabaya dapat dijelaskan sebagai berikut :

4.1.1. Uji Validitas

Dalam pengujian ini koefisien korelasi kritis diperoleh dari tabel distribusi r dengan menggunakan derajat bebas $(N-2) = 96-2 = 94$ dan taraf signifikan sebesar 5 % diperoleh nilai $r\text{-tabel} = 0,2006$

Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel. Jika r hitung (untuk r tiap butir pertanyaan terhadap skor total) lebih besar dari nilai r tabel dan nilai r positif, maka butir atau pertanyaan tersebut dikatakan valid.

Setelah melalui proses pengolahan data dengan program SPSS, maka hasil uji validitas tentang sikap konsumen pada Jasa Kereta Api Eksekutif Sancaka jurusan Yogyakarta-Surabaya dapat dilihat dalam Tabel 4.1 dan hasil selengkapnya tentang pengujian validitas ini dapat dilihat dalam lampiran.

Hasil Uji Validitas dapat ditunjukkan pada tabel berikut :

Tabel 4.1
Hasil Uji Validitas

Item	r hitung (rxy)		r tabel	Keterangan
	keyakinan	evaluasi		
Kebersihan ruangan	0.4753	0.4691	0,2006	Sahih
Mendapatkan snack & air minum	0.3401	0.4132	0,2006	Sahih
Toilet yang bersih	0.5237	0.4128	0,2006	Sahih
Akses restorasi	0.3117	0.3911	0,2006	Sahih
Ruangan yang dingin	0.3335	0.4298	0,2006	Sahih
Tempat duduk	0.4684	0.4264	0,2006	Sahih
Ketepatan waktu keberangkatan	0.4736	0.6585	0,2006	Sahih
Ketepatan waktu kedatangan	0.7014	0.6303	0,2006	Sahih
Layanan yang cepat	0.4542	0.6175	0,2006	Sahih
Keselamatan konsumen	0.4761	0.4696	0,2006	Sahih
Rasa aman	0.5486	0.5697	0,2006	Sahih
Petugas yang sopan	0.461	0.5177	0,2006	Sahih
Petugas yang ramah	0.4929	0.5678	0,2006	Sahih

Sumber : Data primer diolah, 2005

Berdasarkan tabel 4.1 diatas menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan yang terdiri dari masing-masing 13 butir pada variabel keyakinan, dan evaluasi dapat dinyatakan valid, karena r hitung lebih besar

dari r tabel. Dengan demikian seluruh butir pertanyaan dapat digunakan untuk mengukur data secara tepat

4.1.2. Uji Reliabilitas

Dalam pengujian ini dilakukan dengan cara *one shot* atau pengukuran sekali saja. Program SPSS 11.5 *for windows* memberikan fasilitas untuk reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha (α). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha (α) > 0,60 (Nunally, dalam Ghozali : 2001)

Hasil uji reliabilitas pertanyaan tentang variabel-variabel penelitian, dapat diringkas sebagaimana yang tersaji dalam tabel berikut ini.

Tabel 4.2
Hasil Pengujian Reliabilitas

Tingkat Penilaian	Koef. Alpha Cronbach	Nilai Kritis	Keterangan
Keyakinan	0,8222	0.6	Handal
Evaluasi	0,8378	0.6	Handal

Berdasarkan ringkasan hasil uji reliabilitas seperti yang terangkum dalam tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai koefisien Cronbach Alpha baik pertanyaan keyakinan maupun evaluasi seluruh atribut lebih besar dari 0,6. Dengan mengacu pada pendapat diatas, maka semua butir pertanyaan dalam variabel penelitian adalah handal. Sehingga butir-butir pertanyaan dalam variabel penelitian dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

4.2. Analisis Deskriptif

4.2.1. Gambaran Umum Responden

Analisa data dalam skripsi ini menggambarkan analisa deskriptif atas jawaban yang diberikan untuk kemudian disajikan dalam bentuk tabel. Analisa deskriptif digambarkan untuk menguraikan tentang karakteristik dari suatu keadaan dari obyek yang diteliti. Responden yang diambil untuk penelitian ini sebanyak 96 orang, yaitu konsumen yang sedang menggunakan jasa Kereta Api Eksekutif Sancaka jurusan Yogyakarta - Surabaya

Untuk memperoleh gambaran tentang karakteristik konsumen yang akan diteliti (responden) dilakukan pengolahan terhadap data kasar melalui perhitungan statistik deskriptif. Dengan mendeskripsikan skor dari suatu ubahan atau atribut yang ada didapatkan suatu gambaran tentang permasalahan yang akan diajukan dalam penelitian ini.

Data yang telah diperoleh selanjutnya dianalisis dengan bantuan program SPSS 11.5 dengan teknik analisa data. Berikut ini disajikan hasil analisis statistik deskriptif yang diperoleh berdasarkan jawaban yang diberikan oleh responden atas dasar pertanyaan dalam kuesioner.

a. Gender

Berdasarkan gender responden, terdiri atas dua kelompok, yaitu kelompok laki-laki dan perempuan. Hasil analisis data ini diperoleh nilai sebaran frekuensi data seperti ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Gender

GENDER	JUMLAH	
	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	54	56%
Perempuan	42	44%
Total	96	100%

Sumber : Data Primer yang diolah, 2005

Dari data diatas menunjukkan bahwa responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini yang terdiri dari 96 orang responden, mayoritas adalah laki-laki yaitu sebanyak 54 orang atau sebesar 56% dan sisanya sebanyak 42 orang atau sebesar 44% adalah perempuan.

Hal ini disebabkan kelompok responden laki-laki memiliki tingkat aktivitas yang tinggi dibandingkan dengan kelompok perempuan, sehingga kebutuhan akan sarana transportasi baik untuk keperluan bisnis, maupun kebutuhan akan *travelling* lebih besar dibandingkan dengan perempuan. Kenyataan ini dapat dijadikan sebagai potensi bagi perusahaan KA Eksekutif Sancaka untuk memperoleh konsumen yang sebesar-besarnya, dimana kelompok laki-laki sebagai kelompok yang lebih mendominasi dalam pengambilan keputusan termasuk keputusan dalam memilih jasa transportasi.

b. Usia Responden

Usia seseorang merupakan faktor yang dapat menentukan sikap konsumen karena pengetahuan, pandangan, pengalaman dan keyakinan sehingga akan mempengaruhi kinerja dalam menentukan obyek. Tabel 4.4 menunjukkan usia responden.

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

USIA	JUMLAH	
	Frekuensi	Persentase
< 25 tahun	33	34%
26 - 46 tahun	35	36%
> 47 tahun	28	29%
Total	96	100%

Sumber : Data Primer yang diolah, 2005

Dari data diatas menunjukkan bahwa responden yang menggunakan jasa transportasi Kereta Api Eksekutif Sancaka pada jurusan Yogyakarta-Surabaya mayoritas berusia antara 26 - 46 tahun, yaitu sebesar 36 % (35 orang). Sedangkan distribusi usia yang lain yaitu usia kurang dari 25 tahun sebesar 34% (33 orang), dan terakhir berusia lebih dari 46 tahun sebesar 29% (28 orang).

Kenyataan menunjukkan bahwa mayoritas konsumen adalah berusia produktif. Hal ini berarti responden yang menggunakan jasa Kereta Api Eksekutif Sancaka adalah kelompok usia yang mempunyai tingkat aktivitas tinggi dengan produktivitas dan aktivitas yang tinggi. Dengan demikian usia responden cenderung mempengaruhi sikap

konsumen terhadap atribut yang ditawarkan oleh perusahaan Kereta Api Eksekutif Sancaka, pada kelompok usia ini lebih bisa memberikan penilaian sikap yang representatif.

c. Pekerjaan

Jenis pekerjaan merupakan faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap produk karena kesesuaian jasa pelayanan produk dengan jenis pekerjaan yang ditekuninya. Faktor ini akan mempengaruhi keputusan dalam memilih jasa transportasi. Tabel 4.5 menunjukkan distribusi jenis pekerjaan responden.

Tabel 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Jenis Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Pegawai Negeri / POLRI/TNI	13	14%
Wiraswasta / Peg Swasta	42	44%
Ibu Rumah Tangga / Pensiunan	14	15%
Pelajar / Mahasiswa	27	28%
Jumlah	96	100%

Sumber : Data Primer yang diolah, 2005

Dari tabel 4.5 dapat diketahui bahwa jenis pekerjaan responden mayoritas wiraswasta . pegawai swasta yaitu sebesar 44% (42 orang). Distribusi jenis pekerjaan yang lain adalah responden yang memiliki pekerjaan pelajar / mahasiswa yaitu sebesar 28% (28 orang), sebagai ibu rumah tangga / pensiunan sebanyak 14 orang atau 15% dan PNS /TNI/POLRI yaitu sebesar 14% (13 orang).

Hasil tersebut menunjukkan wiraswasta dan pegawai swasta merupakan pengguna jasa dominan pada Kereta Api Sancaka Jurusan Yogyakarta – Surabaya. Hal ini disebabkan karena kelompok responden ini merupakan kelompok responden yang memiliki mobilitas yang tinggi dalam melakukan aktivitas pekerjaannya sehingga dibutuhkan alat transportasi yang aman, dan handal.

d. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pengeluaran Per Bulan

Jumlah pengeluaran seseorang merupakan faktor yang dapat menentukan kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa transportasi Kereta Api Eksekutif Sancaka jurusan Yogyakarta-Surabaya. Responden yang berpengeluaran perbulannya rendah cenderung memilih jenis jasa transportasi yang harganya lebih terjangkau, sedangkan responden yang pengeluaran perbulannya tinggi cenderung mementingkan kualitas dan harga sebagai alternatif kedua. Tabel 4.6 menunjukkan distribusi tingkat pengeluaran responden.

Tabel 4.6
Karakteristik Responden berdasarkan Jumlah Pengeluaran Per Bulan

Tingkat Pengeluaran/bln	Jumlah	Persentase
< Rp. 1.000.000	31	32%
Rp.1.000.0000 - 2.000.000	28	29%
> Rp.2.000.000	37	39%
Total	96	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2005

Dari tabel 4.6 diatas menunjukkan bahwa 96 responden pengguna jasa transportasi Kereta Api Eksekutif Sancaka jurusan Yogyakarta – Surabaya mayoritas memiliki jumlah pengeluaran lebih dari Rp.2.000.000 yaitu sebanyak 37 orang atau 39%, antara Rp.1.000.000 – 2.000.000 sebanyak 28 orang atau 29%, dan kurang dari Rp. 500.000 sebanyak 31 orang atau 32%.

Kenyataan ini berarti mayoritas responden adalah kalangan ekonomi menengah, mengingat jumlah pengeluarannya mayoritas lebih dari Rp.2.000.000. Hal ini disebabkan karena responden yang berpengeluaran perbulan tinggi akan memilih jasa transportasi yang memiliki pelayanan yang baik seperti pada jasa transportasi Kereta Api Eksekutif Sancaka jurusan Yogyakarta – Surabaya.

4.2.2. Analisis Fishbein

Untuk mengetahui besarnya sikap konsumen terhadap atribut yang ditawarkan pada Jasa Kereta Api Eksekutif Sancaka jurusan Yogyakarta-Surabaya digunakan formula Fishbein (indeks sikap). Tujuan digunakannya analisis tersebut mengukur sikap konsumen terhadap atribut-atribut Jasa Kereta Api Eksekutif Sancaka jurusan Yogyakarta - Surabaya. Adapun objek yang menjadi dasar pengukuran sikap konsumen dalam hal ini adalah atribut-atribut yang ada pada Jasa Kereta Api Eksekutif Sancaka jurusan Yogyakarta - Surabaya meliputi kebersihan ruangan, mendapatkan snack dan air minum, toilet yang bersih, akses restorasi, ruangan berpendingin, tempat duduk yang mudah diatur,

ketepatan waktu keberangkatan, ketepatan waktu kedatangan, layanan yang cepat, keselamatan konsumen, rasa aman, kesopanan petugas dan keramahan petugas.

Berikut ini diuraikan langkah-langkah perhitungan indeks sikap konsumen menurut Fishbein sebagai berikut:

a. Menentukan Bobot Kepercayaan Belief

Untuk menentukan bobot skor kepercayaan maka langkah yang ditempuh adalah menghitung jumlah jawaban atas pertanyaan yang diberikan berdasarkan tingkat kepercayaan. Dari hasil jawaban responden kemudian dikalikan dengan bobot atas jawaban tersebut, yang selanjutnya dibagi dengan jumlah responden, sehingga dapat ditentukan besarnya indeks kepercayaan (belief) pada masing-masing atribut seperti pada tabel berikut :

Tabel 4.7
Perhitungan Indeks Kepercayaan

Atribut	Bi
Kebersihan ruangan	0.29
Mendapatkan snack & air minum	0.97
Toilet yang bersih	-0.61
Akses restorasi	0.50
Ruangan yang dingin	0.96
Tempat duduk	0.83
Ketepatan waktu keberangkatan	0.26
Ketepatan waktu kedatangan	-0.14
Layanan yang cepat	0.36
Keselamatan konsumen	0.93
Rasa aman	0.58
Petugas yang sopan	0.91
Petugas yang ramah	0.97

Sumber : Data primer diolah , 2005

Berdasarkan tabel 4.7 diatas menunjukkan bahwa kepercayaan tertinggi responden pada atribut petugas yang ramah dan mendapatkan snack dan air minum dengan indeks kepercayaan masing-masing sebesar 0,97. Selanjutnya secara berurutan kepercayaan responden berada pada atribut ruangan yang dingin, keselamatan konsumen, petugas yang sopan, tempat duduk, rasa aman, akses restorasi, layanan yang cepat, kebersihan ruangan, ketepatan waktu keberangkatan, ketepatan waktu kedatangan dan toilet yang bersih.

b. Menentukan Bobot Evaluasi

Untuk menentukan bobot evaluasi ini dilakukan dengan menghitung jawaban responden berdasarkan tingkat evaluasi. Hasil jawaban tersebut selanjutnya dikalikan dengan bobot pada masing-masing alternatif jawaban. Perbandingan total skor dengan total responden menunjukkan besarnya tingkat evaluasi responden terhadap atribut yang ditawarkan oleh Jasa KA Eksekutif Sancaka jurusan Yogyakarta - Surabaya seperti pada tabel berikut:

Tabel 4.8
Perhitungan Indeks Evaluasi

Atribut	Ei
Kebersihan ruangan	1.79
Mendapatkan snack & air minum	1.17
Toilet yang bersih	1.76
Akses restorasi	0.83
Ruangan yang dingin	1.38
Tempat duduk	1.43
Ketepatan waktu keberangkatan	1.73
Ketepatan waktu kedatangan	1.69
Layanan yang cepat	1.26
Keselamatan konsumen	1.85
Rasa aman	1.54
Petugas yang sopan	1.33
Petugas yang ramah	1.30

Sumber : Data primer diolah , 2005

Dari hasil perhitungan rata-rata skor evaluasi dapat diketahui bahwa atribut keselamatan konsumen merupakan atribut yang diunggulkan oleh konsumen berdasarkan evaluasi. Selanjutnya secara berurutan diikuti oleh atribut kebersihan ruangan, toilet yang bersih, ketepatan waktu keberangkatan, ketepatan waktu kedatangan, rasa aman, tempat duduk, ruangan yang dingin, petugas yang sopan, petugas yang ramah, layanan yang cepat, mendapatkan snack dan air minum, dan akses restorasi. Artinya konsumen dalam mengevaluasi atribut Jasa KA Eksekutif Sancaka jurusan Yogyakarta - Surabaya menunjukkan bahwa keselamatan menjadi prioritas utama bagi jasa KA Eksekutif Sancaka sehingga layanan ini paling mempengaruhi keputusan pembeliannya.

c. Menentukan Indeks Sikap Konsumen (A_o)

Setelah dilakukan perhitungan rata-rata skor kepercayaan (b_i) dan skor evaluasi (e_i) maka dapat dihitung besarnya indeks sikap konsumen pada masing-masing atribut. Adapun rumus yang digunakan untuk menentukan indeks sikap konsumen adalah :

$$A_o = \sum_{n=1}^n b_i e_i$$

Dengan rumus diatas maka dapat ditampilkan hasil perkalian antara skor kepercayaan b_i dengan skor evaluasi e_i .

Tabel 4.9
Indeks Sikap Konsumen

Atribut	Ao
Kebersihan ruangan	0,48
Mendapatkan snack & air minum	1,19
Toilet yang bersih	-1,17
Akses restorasi	0,43
Ruangan yang dingin	1,30
Tempat duduk	1,21
Ketepatan waktu keberangkatan	0,38
Ketepatan waktu kedatangan	-0,38
Layanan yang cepat	0,50
Keselamatan konsumen	1,73
Rasa aman	0,97
Petugas yang sopan	1,25
Petugas yang ramah	1,32
Rata-rata	0,71

Sumber : Data primer diolah, 2005

Dari hasil perhitungan indeks sikap konsumen terhadap atribut Jasa Kereta Api Eksekutif Sancaka jurusan Yogyakarta-Surabaya dapat diketahui besarnya indeks sikap konsumen (Ao) adalah sebesar **0,71**. Untuk menginterpretasikan besarnya indeks sikap tersebut termasuk dalam kategori positif atau negatif maka dapat dilakukan perhitungan interval kelas berdasarkan nilai terendah dan tertinggi seperti pada tabel 4.9 berikut:

Berdasarkan ukuran nilai tertinggi dan nilai terendah maka dapat ditentukan besarnya interval sebagai berikut :

$$\text{Skor tertinggi} : 2 \times 2 = 4 \text{ atau } -2 \times -2 = 4$$

$$\text{Skor terendah} : -2 \times 2 = -4 \text{ atau } 2 \times -2 = -4$$

Dengan demikian terlihat bahwa skor maksimum sebesar 4 dan skor minimum sebesar -4, dengan membagi menjadi 5 kelas interval maka dapat disusun interval kelas sebagai berikut:

$$\text{Interval} = \frac{4 - (-4)}{5} = 1,6$$

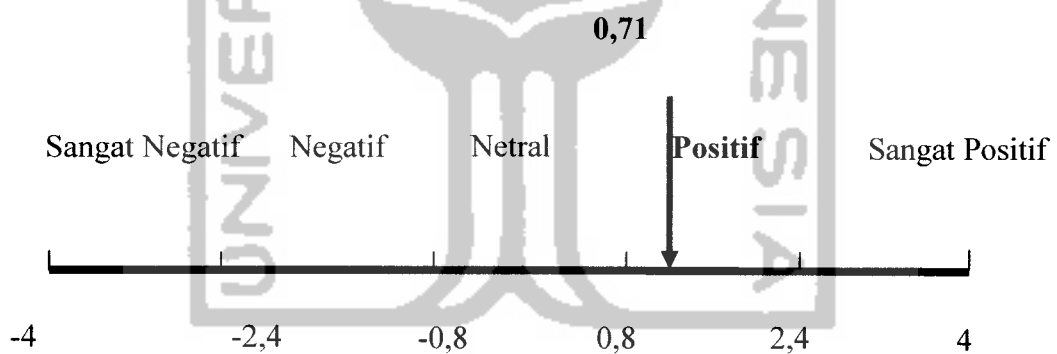
Skor sikap antara -4 s/d -2,4 : Sangat Negatif

Skor sikap antara -2,4 s/d -0,8 : Negatif

Skor sikap antara -0,8 s/d 0,8 : Netral

Skor sikap antara 0,8 s/d 2,4 : Positif

Skor sikap antara 2,4 s/d 4 : Sangat Positif



Gambar 4.1 Interval Kelas Indeks Sikap (Husein Umar, 2002)

Berdasarkan gambar 4.1 diatas berarti sikap konsumen terhadap atribut produk Jasa Kereta Api Eksekutif Sancaka jurusan Yogyakarta - Surabaya adalah **Positif** dengan skor 0,71. Hal ini terlihat dari besarnya indeks sikap tersebut berada pada range antara 0,8 sampai 2,4. Sedangkan sikap konsumen terhadap atribut keselamatan konsumen merupakan sikap yang paling tinggi dengan indeks sikap sebesar 1,73 Sedangkan atribut petugas yang ramah

(1,32), ruangan yang dingin (1,30), petugas yang sopan (1,25), tempat duduk (1,21), mendapatkan snack dan air minum (1,19), rasa aman (0,97), layanan yang cepat (0,50) kebersihan ruangan (0,48), akses restorasi (0,43), dan ketepatan waktu keberangkatan (0,38) secara berurutan merupakan atribut yang dinilai positif oleh konsumen. Sedangkan untuk atribut ketepatan waktu kedatangan (-0,38) dan toilet yang bersih (-1,17) dinilai konsumen dengan sikap yang negatif.

4.3. Analisa Kruskal Wallis

Hipotesis penelitian menyatakan terdapat perbedaan sikap konsumen terhadap atribut-atribut Jasa Kereta Api Eksekutif Sancaka jurusan Yogyakarta - Surabaya berdasarkan karakteristik konsumen. Untuk menjawab hipotesis penelitian ini digunakan alat analisis yaitu uji *Kruskal Wallis Test*. Keputusan dalam menerima atau menolak H_0 dilakukan dengan membandingkan probabilitas dengan batas tingkat signifikansi ($\alpha = 0,05$). Jika probabilitas kesalahan lebih besar dari 0,05 maka H_0 diterima dan jika probabilitas kurang dari 0,05 maka H_0 ditolak yang artinya terdapat perbedaan sikap konsumen berdasarkan karakteristik responden. Hasil analisis *Kruskal Wallis* dapat ditunjukkan pada Tabel 4.10.

Tabel 4.10

Hasil Uji Kruskal Wallis Pada Sikap Konsumen Jasa Kereta Api Eksekutif Sancaka jurusan Yogyakarta - Surabaya Berdasarkan Karakteristik Responden

Atribut	Gender		Usia			Pekerjaan					Pengeluaran per bulan			
	Laki-laki	Perempuan	<25 th	26 - 46 th	> 47 th	PNS	Swasta	RT/Perseorangan	Plij/Mhs	Sig	< Rp.1 jt	Rp.1 jt- 2 jt	> Rp.2 jt	Sig
Kebersihan ruangan	0.37	0.62	0.61	0.11	0.79	0.77	0.38	0.43	0.52	NS	0.55	0.46	0.43	NS
Mendapatkan snack & air minum	1.35	0.98	1.24	1.34	0.93	1.00	1.40	0.64	1.22	NS	1.10	1.25	1.22	NS
Toilet yang bersih	-1.15	-1.19	-1.36	-1.29	-0.79	-0.38	-1.60	-0.36	-1.30	Sig	-1.48	-0.79	-1.19	NS
Akses restorasi	0.43	0.43	0.12	0.77	0.36	1.00	0.36	0.64	0.15	NS	0.45	0.43	0.41	NS
Ruangan yang dingin	1.61	1.57	1.42	1.94	1.36	1.23	1.88	1.29	1.48	NS	1.71	1.32	1.70	NS
Tempat duduk	1.43	0.93	1.24	1.23	1.14	1.08	0.93	1.71	1.44	NS	1.03	1.71	0.97	NS
Ketepatan waktu keberangkatan	0.44	0.29	0.45	0.23	0.46	0.92	0.05	0.93	0.33	NS	0.48	0.61	0.11	NS
Ketepatan waktu kedatangan	-0.44	-0.29	-0.21	-0.71	-0.14	-0.23	-0.76	0.50	-0.30	NS	0.10	-0.43	-0.73	NS
Layanan yang cepat	0.59	0.38	0.18	0.69	0.64	1.23	0.43	0.64	0.19	NS	0.35	0.64	0.51	NS
Keselamatan konsumen	0.93	1.12	1.00	0.97	1.07	1.31	0.55	1.57	1.30	Sig	1.03	1.29	0.78	NS
Rasa aman	1.19	0.69	0.94	1.20	0.71	1.08	0.81	1.07	1.11	NS	0.94	1.18	0.84	NS
Petugas yang sopan	1.39	1.07	1.33	1.31	1.07	1.15	1.02	1.57	1.48	NS	1.00	1.57	1.22	NS
Petugas yang ramah	1.56	1.02	1.21	1.49	1.25	1.38	1.24	1.57	1.30	Sig	1.29	1.57	1.16	NS

Sumber: Dataprimediolah, 2005

a. Perbedaan Sikap Konsumen Berdasarkan Gender

Dari hasil perhitungan Kruskal Wallis Test dapat ditunjukkan pada tabel 4.10 menunjukkan bahwa kelompok konsumen yang membeli pada jasa Kereta Api Sancaka jurusan Yogyakarta - Surabaya, menunjukkan bahwa kelompok laki-laki mempunyai sikap yang paling baik pada atribut ruangan yang dingin dengan indek sikap sebesar 1,61 dan sikap terendah pada atribut toilet yang bersih dengan indek sikap sebesar -1,15. Sehingga kecenderungan pada laki-laki lebih menitikberatkan pada ruangan yang dingin.

Begitu juga dengan responden perempuan atribut ruangan yang dingin merupakan atribut yang paling baik disikapi oleh responden ini. Sedangkan atribut yang paling rendah disikapi oleh perempuan adalah toilet yang bersih. Dengan demikian kecenderungan perempuan dalam menyikapi atribut pada jasa Kereta Api Eksekutif Sancaka jurusan Yogyakarta - Surabaya terletak pada ruangan yang dingin.

Dari hasil Uji signifikansi menunjukkan bahwa berdasarkan gender responden sikap konsumen terhadap atribut tempat duduk dan petugas yang ramah berbeda secara signifikan, sedangkan atribut yang lain mempunyai sikap yang sama. Berdasarkan tabel juga menunjukkan bahwa sikap konsumen laki-laki lebih tinggi dari pada sikap perempuan terhadap atribut tempat duduk. Artinya kaum laki-laki telah dapat menerima dengan sikap yang lebih tinggi terhadap tempat duduk yang ada di kereta Eksekutif Sancaka jurusan Yogyakarta-Surabaya dibandingkan dengan perempuan. Temuan ini dapat dijadikan sebagai pertimbangan bagi manajemen kereta api untuk

meningkatkan atribut tempat duduk yang kemudian baik laki-laki maupun perempuan dapat menyesuaikan dengan posisi yang diinginkan.

Sementara sikap laki-laki juga lebih tinggi dibandingkan sikap perempuan dalam hal atribut petugas yang ramah. Artinya perempuan masih sensitif dengan petugas yang ada sehingga memberikan penilaian sikap yang lebih rendah dibandingkan dengan kaum laki-laki. Untuk itu pihak perusahaan Kereta Api harus menanamkan sikap yang ramah, dan sopan pada petugas khususnya untuk penumpang perempuan.

b. Perbedaan Sikap Konsumen Berdasarkan Usia Responden

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa kelompok responden dibawah 25 tahun telah memberikan sikap positif, dengan sikap tertinggi pada atribut ruangan yang dingin dan sikap terendah terjadi pada atribut toilet yang bersih dengan sikap yang negatif. Sehingga kecenderungan kelompok responden dibawah 25 tahun menyikapi positif pada atribut ruangan yang dingin.

Sedangkan bagi responden yang berusia antara 26 – 46 tahun telah menyikapi positif, dengan pada atribut ruangan yang dingin dan sikap terendah pada atribut toilet yang bersih dengan sikap negatif. Dengan demikian kecenderungan pada kelompok responden ini pada atribut ruangan yang dingin.

Bagi kelompok responden yang berusia lebih dari 47 tahun telah memberikan sikap yang positif dengan sikap tertinggi pada atribut ruangan yang dingin dan memberikan sikap terendah pada atribut toilet yang bersih

dengan indeks sikap negatif. Hal ini berarti kecenderungan sikap konsumen pada kelompok ini terletak pada atribut ruangan yang dingin.

Dari hasil Uji signifikansi menunjukkan bahwa atribut akses restorasi adalah signifikan, sedangkan atribut yang lain tidak signifikan. Artinya bahwa berdasarkan usia responden sikap konsumen terhadap atribut akses restorasi berbeda secara signifikan, sedangkan atribut yang lain mempunyai sikap yang sama. Berdasarkan tabel juga menunjukkan bahwa semakin muda usia responden maka semakin rendah sikap konsumen terhadap atribut akses restorasi. Kelompok usia kurang dari 25 tahun memberikan sikap yang terendah, dan sikap tertinggi terjadi pada kelompok usia antara 26-46 tahun. Hal ini mengindikasikan bahwa pelayanan pada akses restorasi belum dapat diterima oleh seluruh konsumen yang memiliki tingkatan usia berbeda. Sebaiknya pihak manajemen Kereta Api harus meningkatkan pelayanan pada atribut akses restorasi yang dapat dinikmati oleh seluruh penumpang dari tingkatan usia yang berbeda. Langkah yang dilakukan dengan menambah jumlah tenaga kerja, mengingat tempat restorasi dengan gerbong penumpang letaknya berjauhan sehingga pada beberapa penumpang agak sulit untuk mendapatkan pelayanan pada atribut ini.

c. Perbedaan Sikap Konsumen Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Dari hasil perhitungan Kruskal Wallis Test pada tabel 4.10 menunjukkan bahwa kelompok responden yang sedang membeli di Jasa Kereta Api Eksekutif Sancaka jurusan Yogyakarta - Surabaya berdasarkan pekerjaan responden.

Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa untuk responden yang memiliki pekerjaan sebagai pegawai negeri / TNI / POLRI telah mempunyai sikap yang positif dengan sikap tertinggi pada atribut petugas yang ramah dan sikap terendah terjadi pada atribut toilet yang bersih. Dengan demikian kecenderungan sikap konsumen terhadap atribut jasa Kereta Api Eksekutif Sancaka jurusan Yogyakarta – Surabaya untuk kelompok responden ini adalah petugas yang ramah.

Untuk kelompok responden yang memiliki pekerjaan sebagai pegawai swasta / wiraswasta telah memberikan sikap yang positif dengan sikap tertinggi pada atribut ruangan yang dingin dan sikap terendah terjadi pada atribut toilet yang bersih. Dengan demikian kecenderungan responden yang memiliki pekerjaan sebagai wiraswasta dan pegawai swasta adalah sikap pada ruangan yang dingin.

Pada kelompok responden yang memiliki pekerjaan sebagai ibu rumah tangga / pensiunan telah memberikan sikap yang positif dengan sikap tertinggi pada tempat duduk. Dengan demikian kecenderungan responden yang memiliki pekerjaan sebagai ibu rumah tangga / pensiunan adalah sikap pada tempat duduk yang mudah diatur posisinya.

Pada kelompok responden yang memiliki pekerjaan sebagai pelajar / mahasiswa telah memberikan sikap yang positif dengan sikap tertinggi pada atribut ruangan yang dingin dan petugas yang sopan. Dengan demikian kecenderungan responden yang memiliki pekerjaan sebagai pelajar / mahasiswa adalah sikap pada ruangan yang dingin dan petugas yang sopan..

Dari hasil uji signifikansi menunjukkan bahwa sikap konsumen yang menggunakan jasa Kereta Api Eksekutif Sancaka jurusan Yogyakarta –

Surabaya berdasarkan pekerjaan terdapat perbedaan yang signifikan pada atribut toilet yang bersih dan keselamatan konsumen. Sedangkan pada atribut yang lain tidak terdapat perbedaan sikap konsumen yang signifikan. Hasil menunjukkan bahwa pegawai swasta masih memberikan sikap yang paling pada atribut toilet yang bersih dan keselamatan konsumen.

Berdasarkan tabel terlihat bahwa seluruh penumpang dari berbagai jenis pekerjaan telah memberikan sikap yang negatif pada atribut toilet yang bersih. Namun pada pegawai swasta memberikan sikap yang paling rendah. Hal ini disebabkan karena sebagian besar pegawai swasta merupakan kelompok responden yang paling aktif atau memiliki aktivitas yang paling banyak dibandingkan dengan penumpang dengan pekerjaan yang lain. Dengan demikian responden ini sangat membutuhkan pelayanan yang baik termasuk toilet yang selalu terjaga kebersihannya. Untuk itu pihak manajemen harus dapat memperhatikan toilet yang ada, misalnya dengan memberikan pengharum ruangan, dijaga kelancaran airnya dan menggunakan teknologi yang lebih praktis.

Sementara untuk atribut keselamatan penumpang sikap tertinggi terjadi pada penumpang dengan pekerjaan sebagai ibu rumah tangga / pensiunan dan terendah terjadi pada pegawai swasta. Hal ini disebabkan karena pegawai swasta merupakan kelompok penumpang dengan frekuensi penggunaan jasa kereta api yang paling banyak, atau paling sering menggunakan sehingga sangat memperhatikan keselamatan penumpang. Untuk itu sebaiknya pihak manajemen harus meningkatkan jaminan pada pelayanan kereta api, misalnya dengan memperbaiki sistem komunikasi, sistem rel, dan engine atau mesin yang digunakan dengan teknologi terbaru.

d. Perbedaan Sikap Konsumen Berdasarkan Jumlah Pengeluaran

Dari hasil perhitungan Kruskal Wallis Test pada tabel 4.10 menunjukkan bahwa kelompok responden yang sedang membeli di Jasa Kereta Api Eksekutif Sancaka jurusan Yogyakarta - Surabaya berdasarkan jumlah pengeluaran.

Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa konsumen yang menggunakan jasa Kereta Api Eksekutif Sancaka jurusan Yogyakarta – Surabaya yang memiliki pengeluaran perbulan kurang dari Rp.1 juta telah memberikan sikap yang positif dengan sikap tertinggi pada atribut ruangan yang dingin. Dengan demikian kecenderungan responden yang memiliki pengeluaran kurang dari 1 juta rupiah adalah sikap pada atribut ruangan yang dingin.

Untuk kelompok responden yang memiliki pengeluaran antara Rp.1 juta sampai dengan 2 juta rupiah responden telah memberikan sikap yang positif dengan sikap tertinggi pada atribut tempat duduk dan sikap terendah pada atribut toilet yang bersih. Dengan demikian kecenderungan responden yang memiliki pengeluaran per bulan antara Rp.1 juta sampai 2 juta rupiah adalah sikap pada atribut ruangan yang dingin..

Untuk kelompok responden yang memiliki pengeluaran lebih dari 2 juta rupiah responden telah memberikan sikap positif dengan sikap tertinggi pada atribut ruangan yang dingin dan sikap terendah pada atribut toilet yang bersih.

Dari hasil uji signifikansi menunjukkan bahwa sikap konsumen yang menggunakan jasa Kereta Api Eksekutif Sancaka jurusan Yogyakarta-Surabaya berdasarkan tingkat pengeluaran perbulan tidak terdapat atribut yang signifikan Hal ini disebabkan karena sebagian besar tingkat pengeluaran perbulan responden adalah kalangan menengah keatas dan sama-sama memiliki tingkat pengeluaran per bulan yang tinggi pula sehingga tidak mempengaruhi sikap konsumen terhadap pelayanan jasa kereta api. Hal ini berarti pelayanan yang diberikan telah sesuai dan dapat diterima oleh penumpang yang memiliki pengeluaran yang berbeda. Untuk itu pihak manajemen harus mempertahankan pelayanan ini agar dapat memberikan kepuasan bagi seluruh konsumen walaupun pengeluaran perbulan mereka berbeda-beda.

4.4. Implikasi dan Pembahasan

Hasil temuan penelitian ini mempunyai beberapa implikasi diantaranya :

- a. Adanya sikap konsumen yang tergolong positif pada atribut jasa Kereta Api Eksekutif Sancaka jurusan Yogyakarta-Surabaya, hal ini membuktikan bahwa konsumen yang menggunakan jasa Kereta Api Eksekutif Sancaka jurusan Yogyakarta-Surabaya memberikan sikap yang baik. Hal ini disebabkan karena pihak manajemen jasa Kereta Api Eksekutif Sancaka jurusan Yogyakarta-Surabaya selalu memperhatikan dan meningkatkan atribut atribut yang ditawarkan yaitu meliputi atribut kebersihan ruangan, mendapatkan snack dan air minum, toilet yang bersih,

akses restorasi, ruangan yang dingin, tempat duduk, ketepatan waktu keberangkatan, ketepatan waktu kedatangan, layanan yang cepat, keselamatan konsumen, rasa aman, petugas yang sopan, dan pelayanan yang ramah. Namun demikian jika dilihat dari sikap konsumen terhadap masing-masing atribut, untuk atribut waktu kedatangan dan toilet yang bersih masih memberikan sikap yang negatif. Hal ini disebabkan karena waktu kedatangan kereta api tidak sesuai dengan jadwal yang tertera dalam tiket atau tempat informasi sehingga konsumen belum merasa puas terhadap atribut tersebut. Selain itu pihak manajemen harus memperhatikan sistem yang ada sehingga tidak terjadi keterlambatan kedatangan, karena sebagian besar konsumen adalah kalangan eksekutif yang sangat memperhatikan ketepatan waktu.

- b. Dari hasil analisis Kruskal Wallis berdasarkan gender, sikap konsumen terhadap atribut jasa Kereta Api Eksekutif Sancaka jurusan Yogyakarta - Surabaya menunjukkan perbedaan yang berarti pada atribut tempat duduk dan petugas yang ramah. Berdasarkan usia responden, atribut akses restorasi, terdapat sikap yang berbeda antara konsumen yang berusia kurang dari 25 tahun, usia antara 26 – 46 tahun dan yang berusia lebih dari 47 tahun. Hal ini disebabkan karena usia yang berbeda maka kebutuhan akan restorasi yang cepat dengan pelayanan yang mudah diakses berbeda pula. Minimnya petugas restorasi kadang pelayanan ini belum sepenuhnya merata, sehingga penumpang yang berada pada gerbong yang jauh dari gerbong restorasi masing kurang dalam mendapatkan pelayanan ini. Untuk

itu pihak manajemen harus meningkatkan jumlah karyawan misalnya dengan membuka magang dengan sekolah kejuruan sehingga dapat memperoleh keuntungan yang ganda. Disatu sisi kebutuhan akan pelayanan restorasi tercukupi, disisi lain pihak sekolah mampu meningkatkan ketrampilan siswanya. Berdasarkan tingkat jenis pekerjaan, toilet yang bersih dan keselamatan konsumen terdapat perbedaan sikap yang signifikan. Hal ini disebabkan karena jenis pekerjaan mempengaruhi tingkat laku seseorang sehingga kebutuhan toilet yang bersih sangat dibutuhkan bagi kelompok pekerjaan tertentu. Kelompok eksekutif sangat membutuhkan kenyamanan termasuk kenyamanan didalam toilet. Begitu juga dengan keselamatan penumpang, masih memberikan perbedaan yang signifikan, hal ini disebabkan karena seringnya terjadi kecelakaan kereta api akhir-akhir ini yang menunjukkan bahwa manajemen kereta api masih kurang profesional, sehingga banyak mengakibatkan kecelakaan. Berdasarkan jumlah pengeluaran tidak terdapat perbedaan yang signifikan pada seluruh atribut pada jasa Kereta Api Eksekutif Sancaka jurusan Yogyakarta – Surabaya. Hal ini berarti sikap yang dimiliki oleh responden yang memiliki pengeluaran perbulan kurang dari 1 juta rupiah tidak berbeda dengan konsumen yang memiliki pengeluaran perbulan antara Rp.1 juta – 2 juta atau lebih dari 2 juta terhadap keseluruhan atribut. Hal ini disebabkan karena sebagian besar konsumen telah memiliki pengeluaran perbulan yang cukup tinggi, sehingga pengeluaran perbulan tidak berpengaruh terhadap pelayanan jasa kereta api eksekutif.