

BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Guna mengetahui ada atau tidak ada perbedaan kepercayaan, evaluasi dan sikap konsumen terhadap kualitas jasa antara Biro Perjalanan PT Gama Wisata dan Turindo di Yogyakarta, maka akan dilakukan analisis data yang diperoleh dari hasil kuesioner yang telah diisi oleh responden. Sebelum kuesioner di gunakan dalam pengukuran yang sesungguhnya, terlebih dahulu dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas item pertanyaan. Uji validitas dan reliabilitas ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 30 responden sebagai penelitian awal. Bila item-item pertanyaan dalam kuesioner yang disebarkan kepada 30 responden tersebut dinyatakan valid dan reliabel maka kuesioner tersebut dapat dipergunakan untuk penelitian yang sesungguhnya. Hasil dari pengujian validitas dan reliabilitas yang dilakukan kepada 30 responden diperoleh hasil sebagai berikut :

4.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan terhadap 30 responden sebagai data uji coba. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan uji korelasi Product Moment dari Pearson, menurut (Sutrisno Hadi dan Seno Pamardiyanto, 1990, hlm.23). Setelah dilakukan uji korelasi Product Moment dari

Pearson dengan bantuan program SPSS 13.0 maka akan diperoleh hasil dari r_{xy} yang kemudian akan dibandingkan dengan hasil r tabel pada taraf signifikan 5% atau 0,05 maka dapat diperoleh nilai r tabel sebesar 0,361. Hasil pengujian validitas dapat dilihat dari tabel berikut :

Tabel 4.1

Hasil uji validitas Biro Perjalanan PT Gama Wisata

| Item | Korelasi Pearson | | r_{tabel} | Keterangan |
|------------------|------------------|----------|--------------------|------------|
| | Kepercayaan | Evaluasi | | |
| Tangibles 1 | 0,950 | 0,916 | 0,361 | Valid |
| Tangibles 2 | 0,957 | 0,891 | 0,361 | Valid |
| Reliability 1 | 0,948 | 0,908 | 0,361 | Valid |
| Reliability 2 | 0,953 | 0,935 | 0,361 | Valid |
| Responsiveness 1 | 0,922 | 0,869 | 0,361 | Valid |
| Responsiveness 2 | 0,925 | 0,878 | 0,361 | Valid |
| Assurance 1 | 0,865 | 0,914 | 0,361 | Valid |
| Assurance 2 | 0,883 | 0,909 | 0,361 | Valid |
| Emphaty 1 | 0,930 | 0,890 | 0,361 | Valid |
| Emphaty 2 | 0,934 | 0,874 | 0,361 | Valid |

Sumber : Data Primer Yang Diolah (Lampiran III)

Berdasarkan Tabel 4.1 dapat diketahui bahwa seluruh item pertanyaan masing-masing dari 2 item pertanyaan untuk dimensi tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan emphaty baik pertanyaan kepercayaan maupun evaluasi PT Gama Wisata memiliki nilai koefisien korelasi Pearson lebih besar daripada r tabel = 0,361. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa seluruh item dalam kuesioner ini adalah valid. Artinya kuesioner mampu untuk mengukur data secara tepat dan akurat.

Tabel 4.2
Hasil Uji Validitas Turindo

| Item | Korelasi Pearson | | r _{tabel} | Keterangan |
|------------------|------------------|----------|--------------------|------------|
| | Kepercayaan | Evaluasi | | |
| Tangibles 1 | 0,914 | 0,945 | 0,361 | Valid |
| Tangibles 2 | 0,906 | 0,933 | 0,361 | Valid |
| Reliability 1 | 0,905 | 0,928 | 0,361 | Valid |
| Reliability 2 | 0,934 | 0,934 | 0,361 | Valid |
| Responsiveness 1 | 0,866 | 0,928 | 0,361 | Valid |
| Responsiveness 2 | 0,894 | 0,932 | 0,361 | Valid |
| Assurance 1 | 0,874 | 0,916 | 0,361 | Valid |
| Assurance 2 | 0,895 | 0,939 | 0,361 | Valid |
| Emphaty 1 | 0,890 | 0,893 | 0,361 | Valid |
| Emphaty 2 | 0,888 | 0,919 | 0,361 | Valid |

Sumber : Data Primer Yang Diolah (Lampiran III)

Berdasarkan Tabel 4.2 dapat diketahui bahwa seluruh item pertanyaan masing-masing dari 2 item pertanyaan untuk dimensi tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan emphaty baik pertanyaan kepercayaan maupun evaluasi Turindo memiliki nilai koefisien korelasi Pearson lebih besar daripada $r_{\text{tabel}} = 0,361$. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa seluruh item dalam kuesioner ini adalah valid. Artinya kuesioner mampu untuk mengukur data secara tepat dan akurat.

4.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji yang dilakukan untuk mengukur dari item-item pertanyaan dalam kuesioner, Item-item pertanyaan kepercayaan dan evaluasi tersebut dapat dinyatakan reliabel apabila

digunakan dalam beberapa kali pengukuran untuk mengukur obyek yang sama akan menghasilkan data yang sama . Uji Reliabilitas ini diukur melalui metode alpha (α). Suatu variabel dikatakan reliabel apabila nilai koefisien alpha cronbachnya positif dan lebih besar dari 0,6 (Rangkuti, 2002, hlm.77).

Berdasarkan hasil uji reliabilitas dengan menggunakan teknik koefisien Alpha dari Cronbach dimana koefisien alpha (α) harus lebih besar dari 0,6 dan dengan bantuan komputer program SPSS 13.0 maka dapat diketahui besarnya koefisien reliabilitasnya atau yang disebut dengan koefisien alpha (α) dari kepercayaan dan evaluasi dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.3

Hasil Uji Reliabilitas PT Gama Wisata

| Item | Koefisien Alpha | | Keterangan |
|----------------|-----------------|----------|------------|
| | Kepercayaan | Evaluasi | |
| Tangibles | 0,899 | 0,772 | Reliabel |
| Reliability | 0,891 | 0,817 | Reliabel |
| Responsiveness | 0,828 | 0,690 | Reliabel |
| Assurance | 0,690 | 0,796 | Reliabel |
| Emphaty | 0,849 | 0,714 | Reliabel |

Sumber : Data Primer Yang Diolah (Lampiran III)

Berdasarkan tabel 4.3 dapat diketahui besarnya alpha (α) untuk kepercayaan dan evaluasi pada PT Gama Wisata yaitu lebih besar dari 0,6 yang berarti bahwa seluruh item pertanyaan tersebut dapat dinyatakan reliabel.

Tabel 4.4

Hasil Uji Reliabilitas Turindo

| Item | Koefisien Alpha | | Keterangan |
|----------------|-----------------|----------|------------|
| | Kepercayaan | Evaluasi | |
| Tangibles | 0,793 | 0,863 | Reliabel |
| Reliability | 0,811 | 0,846 | Reliabel |
| Responsiveness | 0,706 | 0,844 | Reliabel |
| Assurance | 0,720 | 0,832 | Reliabel |
| Emphaty | 0,735 | 0,778 | Reliabel |

Sumber : Data Primer Yang Diolah (Lampiran III)

Berdasarkan tabel 4.3 dapat diketahui besarnya alpha (α) untuk kepercayaan dan evaluasi pada Turindo yaitu lebih besar dari 0,6 yang berarti bahwa seluruh item pertanyaan tersebut dapat dinyatakan reliabel.

4.3 Karakteristik Responden

Sebelum melakukan analisis Indeks Sikap Fishbein dan Uji Wilcoxon berdasarkan kuesioner yang telah disebarkan, pada bagian pertama pertanyaan dapat diketahui jumlah responden berdasarkan karakteristik yaitu jenis kelamin, Usia, Dan jenis pekerjaan yang dapat dilihat dari tabel berikut:

1. Jenis Kelamin Responden

Tabel 4.5

Jenis Kelamin Responden

| Jenis Kelamin | Jumlah | Presentase |
|---------------|--------|------------|
| Pria | 54 | 56,3 % |
| Wanita | 42 | 43,8 % |
| Total | 96 | 100,0 % |

Sumber: Lampiran

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa konsumen PT Gama Wisata dan Turindo terbanyak berdasarkan jenis kelamin adalah pria yaitu 54 responden atau sebesar 56,3 % sedangkan wanita yaitu 42 responden atau sebesar 43,8 % . Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa konsumen atau pengguna jasa Biro Perjalanan PT Gama Wisata dan Turindo untuk kelompok pria lebih tinggi daripada wanita.

2. Usia Responden

Tabel 4.6
Usia Responden

| Usia | Jumlah | Presentase |
|----------|--------|------------|
| ≤ 20 th | 12 | 12,5 % |
| 21-30 th | 28 | 29,2 % |
| 31-40 th | 26 | 27,1 % |
| ≥ 41 th | 30 | 31,3 % |
| Total | 96 | 100,0 % |

Sumber: Lampiran

Berdasarkan tabel 4.6 diatas menunjukkan bahwa konsumen atau pengguna jasa Biro Perjalanan PT Gama Wisata dan Turindo terbanyak berusia ≥ 41 th yaitu 30 responden atau sebesar 31,3 %, urutan kedua berusia 21-30 th yaitu 28 responden atau sebesar 29,2 %, urutan ketiga berusia 31-40 th yaitu 26 responden atau sebesar 27,1 % dan urutan keempat berusia ≤ 20 th yaitu 12 responden atau sebesar 12,5 %.

3. Jenis Pekerjaan Responden

Tabel 4.7

Jenis Pekerjaan Responden

| Jenis Pekerjaan | Jumlah | Presentase |
|---------------------|--------|------------|
| Pegawai Negeri | 15 | 15,6 % |
| Karyawan Swasta | 32 | 33,3 % |
| Pelajar / Mahasiswa | 20 | 20,8 % |
| Lain-lain | 29 | 30,2 % |
| Total | 96 | 100,0 % |

Sumber: Lampiran

Berdasarkan tabel 4.7 diatas menunjukkan bahwa konsumen atau pengguna jasa Biro Perjalanan PT Gama Wisata dan Turindo berdasarkan Jenis Pekerjaan jumlah responden terbanyak memiliki pekerjaan sebagai karyawan swasta yaitu 32 responden atau sebesar 33,3 %, urutan kedua lain-lain yaitu 29 responden atau sebesar 30,2 %, urutan ketiga pelajar dan mahasiswa yaitu 20 responden atau sebesar 20,8 % dan yang terakhir pegawai negeri yaitu 15 responden atau sebesar 15,6 %.

4.4 Analisis Indeks Sikap (Fishbein)

Analisis ini digunakan untuk mengetahui sikap konsumen terhadap atribut kualitas jasa (tangibles, reliability, responsiveness, assurance, emphaty) Biro Perjalanan PT Gama Wisata dan Turindo. Langkah awal untuk mengetahui indeks sikap konsumen terlebih dahulu harus diketahui skoe belief tentang urutan kepentingan atribut menurut penilaian responden, disamping itu harus diketahui pula tentang realita

(analisis evaluasi) tentang keyakinan atau fakta yang ada mengenai Biro Perjalanan PT Gama Wisata dan Turindo Yogyakarta. Hasil dari kuesioner dibagi menjadi dua yaitu analisis kepercayaan (bi) dan analisis evaluasi (ei).

Untuk setiap jawaban yang diberikan oleh responden akan diberi nilai sebagai berikut :

1. Tingkat Kepercayaan (bi)
 - a. Sangat Percaya (SP) diberi bobot 5
 - b. Percaya (P) diberi bobot 4
 - c. Netral (N) diberi bobot 3
 - d. Tidak Percaya (TP) diberi bobot 2
 - e. Sangat Tidak Percaya (STP) diberi bobot 1
2. Tingkat Evaluasi (ei)
 - a. Sangat Baik (SB) diberi bobot 5
 - b. Baik (B) diberi bobot 4
 - c. Netral (N) diberi bobot 3
 - d. Tidak Baik (TB) diberi bobot 2
 - e. Sangat Tidak Baik (STB) diberi bobot 1

Dari hasil kuesioner 96 responden diperoleh data mengenai tingkat kepercayaan Biro Perjalanan PT Gama Wisata dan Turindo sebagai berikut :

Tabel 4.8

Tingkat Kepercayaan Terhadap Atribut Kualitas Jasa
Biro Perjalanan PT Gama Wisata

| Atribut Kualitas Jasa | Skor Kepercayaan |
|-----------------------|------------------|
| Tangibles 1 | 4,06 |
| Tangibles 2 | 4,08 |
| Reliability 1 | 4,11 |
| Reliability 2 | 4,18 |
| Responsiveness 1 | 3,97 |
| Responsiveness 2 | 3,77 |
| Assurance 1 | 3,90 |
| Assurance 2 | 3,67 |
| Emphaty 1 | 3,55 |
| Emphaty 2 | 3,45 |
| Jumlah | 38,74 |

Sumber : Data Primer Yang Diolah (Lampiran V)

Dari tabel 4.8 menunjukkan bahwa kepuasan konsumen terhadap atribut kualitas jasa Biro Perjalanan PT Gama Wisata adalah sebesar 38,74. Atribut kualitas reliability mempunyai tingkat kepercayaan yang paling tinggi dibanding dengan atribut kualitas jasa yang lain yaitu sebesar 4,18 dan 4,11 sehingga rata-rata tingkat kepercayaannya menjadi 4,15. Atribut kualitas jasa tangibles menduduki urutan kedua yaitu 4,06 dan 4,08 sehingga rata-rata tingkat kepercayaannya menjadi 4,07. Atribut kualitas jasa responsiveness menduduki

urutan ketiga yaitu sebesar 3,97 dan 3,77 sehingga rata-rata tingkat kepercayaannya menjadi 3,90. Atribut kualitas jasa assurance menduduki urutan yang keempat yaitu 3,90 dan 3,67 sehingga rata-rata tingkat kepercayaannya menjadi 3,80. Atribut kualitas jasa emphaty menduduki urutan yang kelima yaitu sebesar 3,55 dan 3,45 sehingga rata-rata tingkat kepercayaannya menjadi 3,50.

Tabel 4.9

Tingkat Kepercayaan Terhadap Atribut Kualitas Jasa

Biro Perjalanan Turindo

| Atribut Kualitas Jasa | Skor Kepercayaan |
|-----------------------|------------------|
| Tangibles 1 | 4,35 |
| Tangibles 2 | 4,16 |
| Reliability 1 | 4,05 |
| Reliability 2 | 3,82 |
| Responsiveness 1 | 3,92 |
| Responsiveness 2 | 3,73 |
| Assurance 1 | 3,76 |
| Assurance 2 | 3,60 |
| Emphaty 1 | 3,61 |
| Emphaty 2 | 3,52 |
| Jumlah | 38,53 |

Sumber : Data Primer Yang Diolah (Lampiran V)

Dari tabel 4.9 menunjukkan bahwa kepuasan konsumen terhadap atribut kualitas jasa Biro Perjalanan Turindo adalah sebesar 38,53. Atribut kualitas tangibles mempunyai tingkat kepercayaan yang paling tinggi dibanding dengan atribut kualitas jasa yang lain yaitu sebesar 4,35 dan 4,16 sehingga rata-rata tingkat kepercayaannya menjadi 4,25. Atribut kualitas jasa reliability menduduki

urutan kedua yaitu 4,05 dan 3,82 sehingga rata-rata tingkat kepercayaannya menjadi 3,93. Atribut kualitas jasa responsiveness menduduki urutan ketiga yaitu sebesar 3,92 dan 3,73 sehingga rata-rata tingkat kepercayaannya menjadi 3,83. Atribut kualitas jasa assurance menduduki urutan yang keempat yaitu 3,76 dan 3,60 sehingga rata-rata tingkat kepercayaannya menjadi 3,68. Atribut kualitas jasa empathy menduduki urutan yang kelima yaitu sebesar 3,61 dan 3,52 sehingga rata-rata tingkat kepercayaannya menjadi 3,57.

Dari tabel 4.8 dapat dilihat bahwa jumlah kepercayaan konsumen terhadap kualitas jasa Biro Perjalanan PT Gama Wisata adalah 38,74 dan dari tabel 4.9 dapat dilihat bahwa jumlah kepercayaan konsumen terhadap Biro Perjalanan Turindo adalah 38,53. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan kepercayaan konsumen terhadap kualitas jasa Biro Perjalanan PT Gama Wisata dan Turindo di Yogyakarta.

Langkah selanjutnya adalah menghitung tingkat evaluasi Biro Perjalanan PT Gama Wisata dan Turindo sebagai berikut :

Tabel 4.10
Tingkat Evaluasi Terhadap Atribut Kualitas Jasa
Biro Perjalanan PT Gama Wisata

| Atribut Kualitas Jasa | Skor Evaluasi |
|-----------------------|---------------|
| Tangibles 1 | 3,73 |
| Tangibles 2 | 4,00 |
| Reliability 1 | 3,93 |
| Reliability 2 | 3,65 |
| Responsiveness 1 | 3,71 |
| Responsiveness 2 | 3,48 |
| Assurance 1 | 3,73 |
| Assurance 2 | 3,45 |
| Emphaty 1 | 3,52 |
| Emphaty 2 | 3,41 |
| Jumlah | 36,59 |

Sumber : Data Primer Yang Diolah (Lampiran V)

Dari tabel 4.10 menunjukkan bahwa evaluasi konsumen terhadap atribut kualitas jasa Biro Perjalanan PT Gama Wisata adalah sebesar 36,59. Atribut kualitas tangibles mempunyai tingkat evaluasi yang paling tinggi tangibles dengan atribut kualitas jasa yang lain yaitu sebesar 3,73 dan 4,00 sehingga rata-rata tingkat kepercayaannya menjadi 3,87. Atribut kualitas jasa reliability menduduki urutan kedua yaitu 3,93 dan 3,65 sehingga rata-rata tingkat evaluasinya menjadi 3,79. Atribut kualitas jasa responsiveness menduduki urutan ketiga yaitu sebesar 3,71 dan 3,48 sehingga rata-rata tingkat evaluasinya menjadi 3,60. Atribut kualitas jasa assurance menduduki urutan yang keempat yaitu 3,73 dan 3,45 sehingga rata-rata tingkat evaluasinya menjadi 3,59. Atribut kualitas

jasa empathy menduduki urutan yang kelima yaitu sebesar 3,53 dan 3,41 sehingga rata-rata tingkat evaluasinya menjadi 3,47.

Tabel 4.11

Tingkat Evaluasi Terhadap Atribut Kualitas Jasa

Biro Perjalanan Turindo

| Atribut Kualitas Jasa | Skor Evaluasi |
|-----------------------|---------------|
| Tangibles 1 | 3,73 |
| Tangibles 2 | 4,04 |
| Reliability 1 | 3,89 |
| Reliability 2 | 3,57 |
| Responsiveness 1 | 3,73 |
| Responsiveness 2 | 3,63 |
| Assurance 1 | 3,69 |
| Assurance 2 | 3,47 |
| Emphaty 1 | 3,53 |
| Emphaty 2 | 3,40 |
| Jumlah | 36,67 |

Sumber : Data Primer Yang diolah (Lampiran V)

Dari tabel 4.11 menunjukkan bahwa evaluasi konsumen terhadap atribut kualitas jasa Biro Perjalanan Turindo adalah sebesar 36,67. Atribut kualitas tangibles mempunyai tingkat evaluasi yang paling tinggi dibanding dengan atribut kualitas jasa yang lain yaitu sebesar 3,73 dan 4,04 sehingga rata-rata tingkat kepercayaannya menjadi 3,89. Atribut kualitas jasa reliability menduduki urutan kedua yaitu 3,89 dan 3,57 sehingga rata-rata tingkat evaluasinya menjadi 3,73. Atribut kualitas jasa responsiveness menduduki urutan ketiga yaitu sebesar 3,73 dan 3,63 sehingga rata-rata tingkat evaluasinya menjadi 3,68. Atribut

kualitas jasa assurance menduduki urutan yang keempat yaitu 3,69 dan 3,47 sehingga rata-rata tingkat evaluasinya menjadi 3,58. Atribut kualitas jasa empathy menduduki urutan yang kelima yaitu sebesar 3,53 dan 3,40 sehingga rata-rata tingkat evaluasinya menjadi 3,46.

Dari tabel 4.10 dapat dilihat bahwa jumlah evaluasi konsumen terhadap kualitas jasa Biro Perjalanan PT Gama Wisata adalah 36,59 dan dari tabel 4.11 dapat dilihat bahwa jumlah evaluasi konsumen terhadap kualitas jasa Biro Perjalanan Turindo adalah 36,67. Maka dapat disimpulkan tidak ada perbedaan yang signifikan evaluasi konsumen terhadap kualitas jasa Biro Perjalanan PT Gama Wisata dan turindo di Yogyakarta.

Tabel 4.12
Indeks Sikap Konsumen
Terhadap Atribut Kualitas Jasa Biro Perjalanan PT Gama

| Atribut | Kepercayaan (bi) | Evaluasi (ei) | $Ao = bi \times ei$ |
|------------------|---------------------|------------------|---------------------|
| Kaulitas Jasa | | | |
| Tangibles 1 | 4,06 | 3,73 | 15,14 |
| Tangibles 2 | 4,08 | 4,00 | 16,32 |
| Reliability 1 | 4,11 | 3,93 | 16,15 |
| Reliability 2 | 4,18 | 3,65 | 15,26 |
| Responsiveness 1 | 3,97 | 3,71 | 14,72 |
| Responsiveness 2 | 3,77 | 3,48 | 13,29 |
| Assurance 1 | 3,90 | 3,73 | 15,54 |
| Assurance 2 | 3,67 | 3,45 | 12,66 |
| Emphaty 1 | 3,55 | 3,52 | 12,49 |
| Emphaty 2 | 3,45 | 3,41 | 11,76 |
| Jumlah | | | 143,20 |

Sumber : Data Primer Yang Diolah (Lampiran V)

Dari tabel 4.12 menunjukkan bahwa indeks konsumen terhadap atribut kualitas jasa Biro perjalanan PT Gama Wisata adalah 143,20. Atribut kualitas

jasa tangibles adalah atribut kualitas jasa yang paling dominan mempengaruhi sikap konsumen terhadap Biro Perjalanan PT Gama Wisata yaitu sebesar 15,14 dan 16,32 sehingga rata-ratanya menjadi 15,73. Atribut kualitas jasa realibility menduduki urutan kedua yaitu sebesar 16,15 dan 15,26 sehingga rata-ratanya menjadi 15,70. Atribut kualitas jasa responsiveness menduduki urutan ketiga yaitu sebesar 14,72 dan 13,29 sehingga rata-ratanya menjadi 14,00. Atribut kualitas jasa assurance menduduki urutan keempat yaitu sebesar 15,54 dan 12,66 sehingga rata-ratanya menjadi 14,10. Atribut kualitas jasa emphaty menduduki urutan kelima yaitu sebesar 12,49 dan 11,76 sehingga rata-ratanya menjadi 12,13

Tabel 4.13

Indeks Sikap Konsumen

Terhadap Atribut Kualitas Jasa Biro Perjalanan Turindo

| Atribut Kaulitas Jasa | Kepercayaan (bi) | Evaluasi (ei) | $Ao = bi \times ei$ |
|-----------------------|------------------|---------------|---------------------|
| Tangibles 1 | 4,35 | 3,73 | 16,23 |
| Tangibles 2 | 4,16 | 4,04 | 16,80 |
| Reliability 1 | 4,05 | 3,89 | 15,75 |
| Reliability 2 | 3,82 | 3,57 | 13,63 |
| Responsiveness 1 | 3,92 | 3,73 | 14,66 |
| Responsiveness 2 | 3,73 | 3,63 | 13,53 |
| Assurance 1 | 3,76 | 3,69 | 13,87 |
| Assurance 2 | 3,60 | 3,47 | 12,49 |
| Emphaty 1 | 3,61 | 3,53 | 12,74 |
| Emphaty 2 | 3,52 | 3,40 | 11,96 |
| Jumlah | | | 141,66 |

Sumber : Data Primer Yang Diolah (LampiranV)

Dari tabel 4.13 menunjukkan bahwa indeks konsumen terhadap atribut kualitas jasa Biro perjalanan Turindo adalah 141,66. Atribut kualitas jasa

tangibles adalah atribut kualitas jasa yang paling dominan mempengaruhi sikap konsumen terhadap Biro Perjalanan Turindo yaitu sebesar 16,23 dan 16,80 sehingga rata-ratanya menjadi 16,51. Atribut kualitas jasa realibility menduduki urutan kedua yaitu sebesar 15,75 dan 13,63 sehingga rata-ratanya menjadi 14,69. Atribut kualitas jasa responsiveness menduduki urutan ketiga yaitu sebesar 14,66 dan 13,53 sehingga rata-ratanya menjadi 14,09. Atribut kualitas jasa assurance menduduki urutan keempat yaitu sebesar 13,87 dan 12,49 sehingga rata-ratanya menjadi 13,18. Atribut kualitas jasa emphaty menduduki urutan kelima yaitu sebesar 12,74 dan 11,96 sehingga rata-ratanya menjadi 12,35

Langkah selanjutnya adalah membuat kategori indeks sikap, sehingga bisa diketahui sejauh mana indeks sikap konsumen terhadap kualitas Biro Perjalanan PT Gama Wisata dan Turindo di Yogyakarta. Pertama-tama yang dilakukan adalah menentukan nilai indeks sikap minimal teoritik dan nilai indeks sikap maksimal teoritik. Tingkat kepercayaan (bi) minimal teoritik adalah 1 dan tingkat evaluasi (ei) minimal teoritik adalah 1, sedangkan tingkat kepercayaan (bi) maksimal teoritik adalah 5 dan tingkat evaluasi (ei) maksimal teoritik adalah 5. Berdasarkan hal tersebut maka indeks sikap minimal teoritik adalah $1 \times 1 \times 10$ item = 10 dan indeks sikap maksimal teoritik adalah $5 \times 5 \times 10 = 250$.

Selanjutnya untuk mengkategorikan angka indeks yang dihasilkan dilakukan dengan cara membuat skala. Adapun interval dari skala tersebut ditemukan dengan menggunakan rumus interval distribusi frekuensi (Zanzawi Soejoeti, 1986, hlm. 60) sebagai berikut :

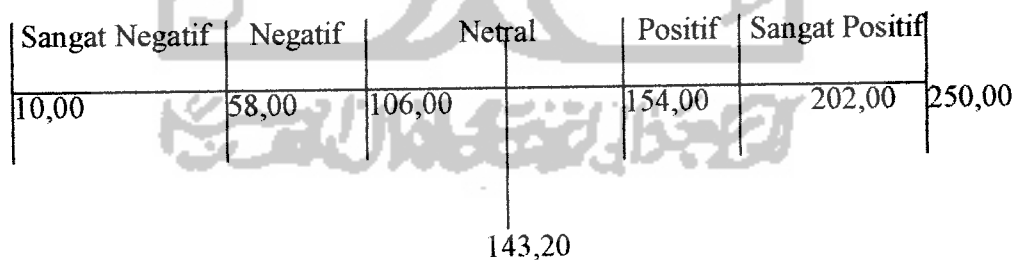
$$\begin{aligned} \text{Interval} &= \frac{\text{Nilai tertinggi} - \text{Nilai terendah}}{\text{Jumlah kelas}} \\ &= \frac{250 - 10}{5} = 48 \end{aligned}$$

Setelah diketahui rentang skalanya, kemudian ditafsirkan dengan kalimat kualitatif yang merupakan kategorisasi sebagai berikut :

| | |
|-----------------|------------------|
| 10,00 – 57,99 | = Sangat Negatif |
| 58,00 – 105,99 | = Negatif |
| 106,00 – 153,99 | = Netral |
| 154,00 – 201,99 | = Positif |
| 202,00 – 249,99 | = Sangat Positif |

Skala Sikap Konsumen

Terhadap Atribut Kualitas Jasa Biro Perjalanan PT Gama Wisata



Berdasarkan skala sikap konsumen di atas maka dapat disimpulkan bahwa besarnya nilai indeks sikap konsumen terhadap atribut kualitas jasa Biro Perjalanan PT Gama Wisata di Yogyakarta termasuk dalam kategori netral.

Skala Sikap Konsumen
Terhadap Kualitas Jasa Biro Perjalanan Turindo

| Sangat Negatif | Negatif | Netral | Positif | Sangat Positif |
|----------------|---------|--------|---------|----------------|
| 10,00 | 58,00 | 106,00 | 154,00 | 202,00 |
| | | 141,66 | | 250,00 |

Berdasarkan skala sikap konsumen di atas maka dapat disimpulkan bahwa besarnya nilai indeks sikap konsumen terhadap atribut kualitas jasa Biro Perjalanan Turindo di Yogyakarta termasuk dalam kategori netral.

Berdasarkan skala sikap konsumen terhadap kualitas konsumen terhadap kualitas jasa Biro Perjalanan PT Gama Wisata dapat diketahui bahwa skala sikap konsumen sebesar 143,20 yang terletak diantara 106,00-154,00 dan termasuk dalam kategori netral sedangkan skala sikap konsumen terhadap kualitas jasa Biro Perjalanan Turindo dapat diketahui bahwa skala sikap konsumennya sebesar 141,66 yang terletak diantara 106,00-154,00 dan termasuk dalam kategori netral sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan sikap konsumen terhadap kualitas jasa Biro Perjalanan PT Gama Wisata dan Turindo di Yogyakarta.

4.5 Uji Wilcoxon

Teknik ini digunakan untuk menguji signifikan hipotesis komperatif dua sampel yang berkorelasi bila datanya berbentuk ordinal (berjenjang). Bila sampel pasangan lebih besar dari 25 maka distribusinya mendekati distribusi normal. Untuk itu digunakan rumus Z dalam pengujiannya (Supranto, 2001, hlm. 300).

$$Z = \frac{T - \mu_T}{\sigma_T}$$

Dimana :

T = Jumlah jenjang atau rangking yang kecil

$$\mu_T = \frac{n(n+1)}{4}$$

$$\sigma_T = \sqrt{\frac{n(n+1)(2n+1)}{24}}$$

Dengan demikian :

$$Z = \frac{T - \mu_T}{\sigma_T} = \frac{T - \frac{n(n+1)}{4}}{\sqrt{\frac{n(n+1)(2n+1)}{24}}}$$

Untuk menghitung Uji Wilcoxon terhadap kepercayaan konsumen Biro Perjalanan PT Gama Wisata dan Turindo dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 4.14

Hasil Pengujian Wilcoxon Rank Test

| | | N | Mean Rank | Sum of Ranks |
|--|----------------|----|-----------|--------------|
| Kepercayaan TURINDO - Kepercayaan PT GAMA WISATA | Negative Ranks | 48 | 45,43 | 2180,50 |
| | Positive Ranks | 42 | 45,58 | 1914,50 |
| | Ties | 6 | | |
| | Total | 96 | | |

Test Statistics

| | |
|------------------------|--|
| | Kepercayaan TURINDO - Kepercayaan PT GAMA WISATA |
| Z | -,537 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | ,591 |

Berdasarkan perhitungan diatas yaitu sebesar 0,591 dimana probabilitas $\geq 0,05$ maka H_0 diterima. Artinya tidak ada perbedaan yang signifikan kepercayaan konsumen terhadap Biro Perjalanan PT Gama Wisata dengan Turindo di Yogyakarta.

Untuk menghitung Uji Wilcoxon terhadap evaluasi konsumen Biro Perjalanan PT Gama Wisata dan Turindo dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 4.15

Hasil Pengujian Wilcoxon Rank Test

| | | N | Mean Rank | Sum of Ranks |
|---------------------------|----------------|----|-----------|--------------|
| Evaluasi TURINDO | Negative Ranks | 45 | 40,89 | 1840,00 |
| - Evaluasi PT GAMA WISATA | Positive Ranks | 40 | 45,38 | 1815,00 |
| | Ties | 11 | | |
| | Total | 96 | | |

Test Statistics

| | Evaluasi TURINDO - Evaluasi PT GAMA WISATA |
|------------------------|---|
| Z | -,055 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | ,956 |

Berdasarkan perhitungan diatas yaitu sebesar 0,956 dimana probabilitas $\geq 0,05$ maka H_0 diterima. Artinya tidak ada perbedaan yang signifikan evaluasi konsumen terhadap Biro Perjalanan PT Gama Wisata dengan Turindo di Yogyakarta.

Untuk menghitung Uji Wilcoxon terhadap Sikap konsumen Biro Perjalanan PT Gama Wisata dan Turindo dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 4.16

Hasil Pengujian Wilcoxon Rank Test

| | | N | Mean Rank | Sum of Ranks |
|--|----------------|----|-----------|--------------|
| Sikap TURINDO - Sikap PT GAMA WISATA | Negative Ranks | 47 | 48,80 | 2293,50 |
| | Positive Ranks | 46 | 45,16 | 2077,50 |
| | Ties | 3 | | |
| | Total | 96 | | |

Test Statistics

| | Sikap TURINDO - Sikap PT GAMA WISATA |
|------------------------|---|
| Z | -,414 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | ,679 |

Berdasarkan perhitungan diatas yaitu sebesar 0,679 dimana probabilitas $> 0,05$ maka H_0 diterima. Artinya tidak ada perbedaan yang signifikan sikap konsumen terhadap Biro Perjalanan PT Gama Wisata dengan Turindo di Yogyakarta.