

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Setelah melakukan penelitian dengan menyebarkan angket / kuesioner sebanyak 96 orang yaitu para penumpang kereta Api eksekutif Argowilis, maka dapat dilakukan analisis data yang bertujuan untuk menjelaskan adanya pengaruh positif kualitas jasa terhadap kepuasan dan menguji signifikansi pengaruh pada dimensi kualitas jasa (*reliability, responsiveness, assurance, empathy* dan *tangibel*) terhadap kepuasan penumpang kereta api eksekutif Argowilis.

Adapun urutan analisis data yaitu Uji Instrumen, Analisis karakteristik responden, Analisis deskriptif penilaian konsumen, dan analisis regresi linier berganda serta pengujian hipotesis.

4.1. Uji Instrumen Penelitian

4.1.1. Uji Validitas

Uji validitas yaitu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat validitas atau kesahihan suatu instrumen. Untuk menguji validitas alat ukur atau instrumen digunakan rumus *Product Moment Pearson*, yaitu mengkorelasikan skor butir pernyataan dalam angket dengan skor komposit/faktor butir-butirnya. Suatu instrumen dapat dinyatakan valid jika koefisien korelasi r hitung $> r$ Tabel (Ghozali, 2005). Dengan berpendoman pada $DF=N-2 = 96-2=94$ maka diperoleh r Tabel sebesar 0,1689. Hasil uji validitas dapat ditunjukkan pada Tabel 4.1 berikut:

Tabel 4.1
Hasil Uji Validitas

Indikator	r tabel	Koef. Korelasi Kualtias Jasa	Keterangan	Koef. Korelasi Kualtias Jasa	Keterangan
Pemberangkatan tepat waktu	0,1689	0.911	Valid	0.666	Valid
Tiba ditujuan tepat waktu	0,1689	0.893	Valid	0.644	Valid
Pelayanan cepat	0,1689	0.710	Valid	0.521	Valid
Cepat menanggapi kebutuhan penumpang	0,1689	0.892	Valid	0.629	Valid
Petugas tanggap terhadap keluhan	0,1689	0.885	Valid	0.649	Valid
Petugas memberi informasi yang lengkap	0,1689	0.779	Valid	0.613	Valid
Petugas memiliki pengetahuan yang cukup	0,1689	0.785	Valid	0.575	Valid
Petugas mampu berkomunikasi efektif	0,1689	0.847	Valid	0.532	Valid
Petugas bersikap ramah dan sopan	0,1689	0.725	Valid	0.585	Valid
Petugas cukup perhatian	0,1689	0.819	Valid	0.562	Valid
Petugas bertanggung jawab terhadap keamanan	0,1689	0.777	Valid	0.503	Valid
Petugas memberi kesan yang baik	0,1689	0.691	Valid	0.538	Valid
Ruangan yang bersih	0,1689	0.848	Valid	0.441	Valid
Penampilan petugas yang rapi	0,1689	0.696	Valid	0.345	Valid
Fasilitas TV, AC dan WC tersedia dengan baik	0,1689	0.766	Valid	0.264	Valid

Sumber : Data primer diolah, 2008

Dari Tabel 4.1 dapat diketahui besarnya koefisien korelasi dari seluruh butir pertanyaan terdiri dari 15 butir pertanyaan untuk variabel kualitas jasa dan 15 butir pertanyaan untuk kepuasan konsumen, seluruhnya memiliki koefisien korelasi *Product Moment Pearson* (r_{xy}) > r Tabel (0,1689). Dengan demikian seluruh butir pertanyaan yang ada pada instrumen penelitian dapat dinyatakan valid atau sah.

4.1.2. Hasil Uji Reliabilitas

Menurut Azwar (1992), reliabilitas menunjukkan sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Pengujian ini menggunakan rumus

Cronbach's Alpha. Suatu instrumen dapat dinyatakan reliabel jika Cronbach Alpha Coefisien diatas 0,6 (Malhotra, 1999).

Hasil uji reliabilitas pertanyaan tentang variabel kualitas pelayanan, dan kepuasan konsumen, dapat diringkas sebagaimana yang tersaji dalam Tabel 4.2 berikut:

Tabel 4.2
Ringkasan hasil pengujian reliabilitas

Variabel	Koef. Alpha	Nilai kritis	Status
Reliability	0,794	0,6	Handal
Responsiveness	0,812	0,6	Handal
Assurance	0,691	0,6	Handal
Emphaty	0,631	0,6	Handal
Tangibel	0,653	0,6	Handal
Kepuasan konsumen	0,829	0,6	Handal

Sumber : Data primer diolah, 2008

Berdasarkan Tabel 4.2 yang menunjukkan ringkasan hasil uji reliabilitas, dapat diketahui bahwa nilai koefisien Cronbach Alpha pada masing-masing variabel nilainya lebih besar dari 0,6. Dengan mengacu pada pendapat yang dikemukakan oleh Malhotra, maka semua butir pertanyaan dalam variabel penelitian adalah reliabel, sehingga instrumen penelitian ini dalam pengukurannya dapat dipercaya.

4.2. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif menjelaskan tentang deskriptif karakteristik konsumen dan deskriptif hasil jawaban konsumen terhadap variabel kualitas jasa dan kepuasan konsumen.

4.2.1. Analisis Karakteristik Responden

Identifikasi responden digunakan untuk memperoleh gambaran tentang karakteristik responden yang akan diteliti dilakukan pengolahan terhadap data kasar melalui perhitungan statistik deskriptif. Dengan mendeskripsikan skor dari suatu ubahan atau variabel yang ada didapatkan suatu gambaran tentang permasalahan yang akan diajukan dalam penelitian ini.

Berikut ini disajikan hasil analisis statistik deskriptif yang diperoleh berdasarkan jawaban yang diberikan oleh responden atas dasar pertanyaan dalam kuesioner.

1. Umur

Umur seseorang merupakan faktor yang dapat menentukan kpeuasan konsumen karena pengetahuan, pandangan, pengalaman dan keyakinan terhadap kualitas jasa kereta api eksekutif Argiwilis sehingga akan mempengaruhi persepsi dalam menentukan obyek Berdasarkan tingkatan usia penumpang kereta api eksekutif Argiwilis dapat ditunjukkan pada Tabel 4.3 berikut:

Tabel 4.3
Usia Responden

Umur	Jumlah orang	%
Antara 17 - 50 tahun	75	78.1%
> 50 tahun	21	21.9%
Total	96	100.0%

Sumber : Data sekunder diolah, 2008

Dari data di atas menunjukkan bahwa responden yang menggunakan jasa Kereta api eksekutif Argowilis mayoritas berusia antara 17 - 50 tahun, yaitu sebesar 78,1 persen (75 orang). Sedangkan distribusi usia yang lain yaitu usia lebih dari 50 tahun sebesar 21,9 persen (21 orang).

Kenyataan menunjukkan bahwa mayoritas konsumen adalah berusia produktif. Hal ini berarti responden yang menggunakan jasa kereta api eksekutif Argowilis adalah kelompok usia yang mempunyai tingkat aktivitas tinggi dengan produktivitas dan aktivitas yang tinggi. Dengan demikian usia responden cenderung mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap kualitas jasa pada jasa kereta api eksekutif Argowilis, pada kelompok usia ini lebih bisa memberikan penilaian yang representatif

2. Pekerjaan

Pekerjaan merupakan faktor yang dapat menentukan kepuasan konsumen dalam memilih jasa kereta api eksekutif Argowilis. Hal ini disebabkan karena pekerjaan berhubungan langsung dengan tingkat kepentingan pada pekerjaan yang ditekuninya. Tabel 4.4 menunjukkan pekerjaan responden.

Tabel 4.4
Pekerjaan Responden

Pekerjaan	Jumlah orang	%
Mahasiswa	30	31.3%
Pegawai Negeri/TNI/POLRI	13	13.5%
Pegawai Swasta/Wiraswasta/BUMN	32	33.3%
Pensiunan/Ibu Rumah Tangga	21	21.9%
Total	96	100.0%

Sumber: Data primer yang diolah, 2008

Dari Tabel 4.4 di atas menunjukkan bahwa pekerjaan responden mayoritas adalah Pegawai Swasta/Wiraswasta/BUMN, yaitu sebesar 33,3% (32 orang). Sedangkan distribusi tingkat pekerjaan yang lain yaitu mahasiswa sebesar 30% (31,3 orang), Pensiunan/Ibu rumah tangga sebesar 21 orang atau 21,9%, dan Pegawai Negeri/TNI/POLRI yaitu sebesar 13,5% (13 orang).

Hasil ini menunjukkan bahwa mayoritas konsumen pemakai jasa transportasi kereta api eksekutif Argowilis adalah Pegawai Swasta. Hal ini disebabkan karena mereka lebih cenderung memiliki tingkat kebutuhan yang cukup banyak, salah satunya jasa transportasi sebagai sarana untuk menunjang aktivitas bisnisnya.

3. Pendapatan Per Bulan

Tingkat pendapatan seseorang merupakan faktor yang dapat menentukan kepuasan konsumen dalam memilih jasa transportasi kereta api eksekutif Argowilis. Responden yang berpendapatan rendah cenderung memilih alat transportasi yang harganya lebih terjangkau, sedangkan

responden yang berpendapatan tinggi cenderung mementingkan kualitas dan harga sebagai alternatif kedua. Tabel 4.5 menunjukkan distribusi tingkat pendapatan responden..

Tabel 4.5
Pendapatan Per Bulan

Pendapatan	Jumlah orang	%
Antara Rp.1.500.000 s/d 5.000.000 per bulan	81	84.4%
> Rp.5.000.000 per bulan	15	15.6%
Total	96	100.0%

Sumber: Data primer yang diolah, 2008

Dari Tabel 4.5 di atas menunjukkan bahwa pendapatan responden mayoritas antara Rp.1.000.000 – 5.000.000 yaitu sebesar 84,4% (81 orang). Sedangkan distribusi tingkat pendapatan yang lain yaitu lebih dari Rp.5.000.000,- dengan persentase sebesar 15,6% (15 orang). Hal ini menunjukkan bahwa konsumen yang memilih jasa transportasi kereta api eksekutif Argowilis mempunyai penghasilan yang cukup besar sehingga mampu untuk bisa melakukan pembelian terhadap jasa transportasi kereta api eksekutif Argowilis, yang harga tiketnya rata-rata cukup mahal dibandingkan kelas-kelas lainnya.

4.2.2. Analisis Penilaian Variabel Penelitian

Penilaian terhadap variabel penelitian, didasarkan pada rata-rata (mean aritmatik) pada setiap item pertanyaan baik pada kualitas jasa maupun kepuasan konsumen. Sebelum dilakukan analisis lebih lanjut terlebih dahulu dilakukan pengkategorian untuk menentukan penilaian yang baik atau tidak

baik atau puas dan tidak puas. Pengkategorian ini didasarkan pada penilaian terendah yaitu 1 (sangat tidak setuju), dan skor tertinggi adalah 4 (Sangat setuju). Sehingga dalam menentukan kriteria penilaian konsumen terhadap variabel penelitian dapat dilakukan dengan interval sebagai berikut :

Skor persepsi terendah adalah : 1

Skor persepsi tertinggi adalah : 4

$$\text{Interval} = \frac{4 - 1}{5} = 0,6$$

Sehingga diperoleh batasan persepsi adalah sebagai berikut :

Tabel 4.6
Pengkategorian Penilaian Kualitas Jasa dan Kepuasan

Interval	Kualitas Jasa	Kepuasan
1,00 – 1,60	Sangat tidak baik	Sangat tidak puas
1,61 – 2,20	Tidak baik	Tidak puas
2,21 – 2,80	Cukup baik	Cukup puas
2,81 – 3,40	Baik	Puas
3,41 – 4,00	Sangat Baik	Sangat Puas

Hasil analisis deskriptif terhadap variabel penelitian dapat ditunjukkan dengan Tabel 4.7 berikut :

Tabel 4.7
Deskriptif Penilaian terhadap Variabel Kualitas Jasa

No	Dimensi	Item Pertanyaan	Rata-rata	Kriteria
1	Reliability	Pemberangkatan tepat waktu	2.80	Cukup baik
2		Tiba ditujuan tepat waktu	2.67	Cukup baik
3		Pelayanan cepat	2.76	Cukup baik
		Rata-rata Dimensi	2.74	Cukup baik
4	Responsiveness	Cepat menanggapi kebutuhan penumpang	2.45	Cukup baik
5		Petugas tanggap terhadap keluhan	2.47	Cukup baik
6		Petugas memberi informasi yang lengkap	2.53	Cukup baik
		Rata-rata Dimensi	2.48	Cukup baik
7	Assurance	Petugas memiliki pengetahuan yang cukup	2.54	Cukup baik
8		Petugas mampu berkomunikasi efektif	2.59	Cukup baik
9		Petugas bersikap ramah dan sopan	2.81	Baik
		Rata-rata Dimensi	2.65	Cukup baik
10	Empaty	Petugas cukup perhatian	2.82	Baik
11		Petugas bertanggung jawab terhadap keamanan	2.63	Cukup baik
12		Petugas memberi kesan yang baik	2.91	Baik
		Rata-rata Dimensi	2.78	Cukup baik
13	Tangible	Ruangan yang bersih	2.66	Cukup baik
14		Penampilan petugas yang rapi	2.99	Baik
15		Fasilitas TV, AC dan WC tersedia dengan baik	2.35	Cukup baik
		Rata-rata Dimensi	2.67	Cukup baik
		Rata-rata Kualitas Jasa	2.67	Cukup Baik

Sumber : Data primer diolah, 2008

Berdasarkan hasil analisis deskriptif seperti pada Tabel 4.7 menunjukkan bahwa rata-rata penilaian responden terhadap kualitas jasa adalah sebesar 2,67 yaitu berada pada kriteria yang cukup baik. Sedangkan penilaian tertinggi terjadi pada penampilan petugas yang rapi dengan rata-rata sebesar 2,99 (baik), dan penilaian terendah terjadi pada indikator fasilitas TV, AC, dan WC yang masih tersedia kurang baik. Hal ini berarti konsumen telah memberikan penilaian yang **cukup baik** terhadap kualitas jasa kereta api

eksekutif Argowilis karena berada pada interval 2,21 – 2,80. Sementara seragam petugas yang cukup rapi, baik petugas masinis, petugas restorasi, dan petugas-petugas lainnya telah menggunakan seragam yang sangat rapi, sehingga menimbulkan penilaian yang paling tinggi. Namun demikian fasilitas-fasilitas seperti AC, WC, maupun TV, walaupun sudah tersedia namun fungsinya kurang dapat dimanfaatkan secara maksimal, misalnya kebersihan WC yang kurang terjaga dengan baik, atau penempatan TV yang kurang nyaman dilihat.

Berdasarkan rata – rata per dimensi tertinggi pada dimensi empaty yaitu dengan rata – rata skor 2,78 (**cukup baik**). Selanjutnya secara berurutan penilaian berikutnya terjadi pada reliability dengan skor rata-rata sebesar 2,74 (**cukup baik**), dimensi tangibel dengan rata-rata sebesar 2,67 (**cukup baik**), dimensi assurance dengan rata-rata sebesar 2,65 (**cukup baik**), dan terakhir adalah dimensi responsiveness dengan rata-rata sebesar 2,48 (**cukup baik**).

Sedangkan hasil deskriptif terhadap kepuasan konsumen dapat ditunjukkan pada Tabel 4.8 berikut :

Tabel 4.8
Deskriptif Penilaian Konsumen terhadap Kepuasan Konsumen

No	Dimensi	Item Pertanyaan	Rata-rata	Kriteria
1	Reliability	Pemberangkatan tepat waktu	2.70	Cukup puas
2		Tiba ditujuan tepat waktu	2.58	Cukup puas
3		Pelayanan cepat	2.70	Cukup puas
		Rata-rata Dimensi	2.66	Cukup puas
4	Responsiveness	Cepat menanggapi kebutuhan penumpang	2.49	Cukup puas
5		Petugas tanggap terhadap keluhan	2.44	Cukup puas
6		Petugas memberi informasi yang lengkap	2.56	Cukup puas
		Rata-rata Dimensi	2.50	Cukup puas
7	Assurance	Petugas memiliki pengetahuan yang cukup	2.63	Cukup puas
8		Petugas mampu berkomunikasi efektif	2.67	Cukup puas
9		Petugas bersikap ramah dan sopan	2.77	Cukup puas
		Rata-rata Dimensi	2.69	Cukup puas
10	Empaty	Petugas cukup perhatian	2.58	Cukup puas
11		Petugas bertanggung jawab terhadap keamanan	2.56	Cukup puas
12		Petugas memberi kesan yang baik	2.75	Cukup puas
		Rata-rata Dimensi	2.63	Cukup puas
13	Tangible	Ruangan yang bersih	2.56	Cukup puas
14		Penampilan petugas yang rapi	2.96	Puas
15		Fasilitas TV, AC dan WC tersedia dengan baik	2.32	Cukup puas
		Rata-rata Dimensi	2.61	Cukup puas
		Rata-rata Kepuasan Konsumen	2.62	Cukup puas

Sumber : Data primer diolah, 2008

Hasil deskriptif terhadap kepuasan konsumen memiliki rata-rata sebesar 2.62. Hal ini berarti konsumen telah merasa **cukup puas** terhadap kualitas jasa di Kereta api eksekutif Argowilis karena berada pada interval 2,21 – 2,80. Kepuasan tertinggi terjadi pada kerapihan pada penampilan petugas dengan rata-rata sebesar 2,96 (**puas**), dan kepuasan terendah terjadi pada terjadi pada indikator fasilitas TV, AC, dan WC yang belum memiliki fungsi secara memuaskan. Hal ini berarti konsumen telah memperoleh kepuasan yang cukup terhadap kualitas jasa kereta api eksekutif Argowilis

karena berada pada interval 2,21 – 2,80. Hasil ini menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan oleh jasa Kereta api eksekutif Argowilis adalah cukup sesuai dengan harapan konsumen. Hasil ini diterima dengan penilaian variabel per item pertanyaan yang menunjukkan bahwa hampir seluruh dimensi kualitas jasa **cukup memuaskan** kecuali untuk penampilan petugas yang rapi dengan penilaian yang **puas**. Sementara penilaian **tidak puas** tidak ada satu itempun yang dinilai oleh responden.

Berdasarkan rata – rata kepuasan per dimensi tertinggi pada dimensi assurance yaitu dengan rata – rata skor 2,69 (**cukup puas**), sedangkan rata – rata kepuasan terendah pada dimensi responsiveness yaitu dengan rata – rata skor 2,50 (**cukup puas**). Hal ini menunjukkan bahwa dimensi assurance merupakan yang paling memberikan kepuasan bagi konsumen dalam menggunakan jasa Kereta api eksekutif Argowilis. Hal ini disebabkan karena pihak Kereta api eksekutif Argowilis telah mengedepankan pelayanan dengan memberikan pelayanan yang ramah dan sipan, didukung dengan para petugas yang mampu berkomunikasi secara efektif dan pengetahuan yang cukup luas.

4.3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda digunakan karena variabel bebas dalam penelitian ini lebih dari satu yaitu 5 dimensi kualitas jasa. Dalam penelitian ini, dalam menganalisis regresi linear berganda penulis menggunakan seri program statistik SPSS versi 12. Hasil analisis regresi linier berganda dapat ditunjukkan pada Tabel 4.9 berikut:

Tabel 4.9
Estimasi Regresi Linear Berganda

Var. Independent	Koef. Reg	Sig-t	r partial	Det Partial (r2)	Adj Rsquare	Sig-F
(Constant)	0.165	0.392				
Reliability	0.209	0.000	0.551	0.303	0.743	0.000
Responsiveness	0.196	0.000	0.495	0.245		
Assurance	0.197	0.000	0.427	0.182		
Empaty	0.115	0.020	0.243	0.059		
Tangible	0.205	0.000	0.412	0.170		

Dependent Variable: Kepuasan konsumen
Sumber: Data primer yang diolah, 2008

4.3.1. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas jasa secara serentak terhadap kepuasan konsumen. Hasil uji F seperti tampak pada Tabel 4.9 diketahui Sig-F sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti ada pengaruh secara serentak dan signifikan variabel kualitas jasa yang terdiri dari dimensi *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty* dan *tangible* terhadap kepuasan konsumen.

4.3.2. Uji t

Pada Tabel 4.9 di atas perhitungan regresi linear berganda dengan menggunakan program komputer didapat persamaan berikut:

$$Y = 0,165 + 0,209 X_1 + 0,196 X_2 + 0,197 X_3 + 0,115 X_4 + 0,205 X_5$$

Dalam persamaan regresi di atas, konstanta adalah sebesar 0,165. Maka berarti jika tidak ada variabel Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy dan Tangible, atau $X = 0$ maka kepuasan

konsumen akan sebesar 0,963 satuan. Hal ini dapat diartikan bahwa kepuasan konsumen akan rendah apabila pihak Kereta api eksekutif Argowilis tidak memperhatikan kelima dimensi di atas.

Variabel Reliability merupakan variabel yang mempengaruhi Kepuasan konsumen dengan koefisien regresi yang positif sebesar 0,209. Berarti apabila Reliability meningkat sebesar satu satuan maka Kepuasan Konsumen akan meningkat sebesar 0,209 dengan anggapan variabel *Tangibles*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Empathy* tetap. Hal ini berarti semakin tinggi kualitas pelayanan pada reliability maka semakin tinggi pula kepuasan konsumen. Hasil uji t diperoleh sig-t sebesar $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak yang berarti reliability berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen pada kualitas jasa kereta api eksekutif Argowilis.

Variabel Responsiveness merupakan variabel yang mempengaruhi Kepuasan konsumen dengan koefisien regresi yang positif sebesar 0,196. Berarti apabila Responsiveness meningkat sebesar satu satuan maka Kepuasan Konsumen akan meningkat sebesar 0,196 dengan anggapan *Tangibles*, *Reliability*, *Assurance*, dan *Empathy*, tetap. Hal ini berarti semakin tinggi kualitas pelayanan pada Responsiveness maka semakin tinggi pula kepuasan konsumen. Hasil uji t diperoleh sig-t sebesar $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak yang berarti reponsiveness berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen pada kualitas jasa kereta api eksekutif Argowilis

Variabel Assurance merupakan variabel yang mempengaruhi Kepuasan konsumen dengan koefisien regresi yang positif sebesar 0,197. Berarti apabila Assurance meningkat sebesar satu satuan maka Kepuasan Konsumen akan meningkat sebesar 0,197 dengan anggapan Tangibles, Reliability, Responsiveness, dan Empathy tetap. Hal ini berarti semakin tinggi kualitas pelayanan pada assurance maka semakin tinggi pula kepuasan konsumen. Hasil uji t diperoleh sig-t sebesar 0,000 < 0,05, maka H_0 ditolak yang berarti Assurance berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen pada kualitas jasa kereta api eksekutif Argowilis

Variabel Empathy merupakan variabel yang mempengaruhi Kepuasan konsumen dengan koefisien regresi yang positif sebesar 0,115. Berarti apabila Empathy meningkat sebesar satu satuan maka kepuasan Konsumen akan meningkat sebesar 0,115 dengan anggapan Tangibles, Reliability, Responsiveness, dan Assurance tetap. Hal ini berarti semakin tinggi kualitas pelayanan pada empathy maka semakin tinggi pula kepuasan konsumen. Hasil uji t diperoleh sig-t sebesar 0,020 < 0,05, maka H_0 ditolak yang berarti empathy berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen pada kualitas jasa kereta api eksekutif Argowilis

Variabel Tangibles merupakan variabel yang mempengaruhi Kepuasan konsumen dengan koefisien positif sebesar 0,205. Berarti bila kualitas pelayanan pada Tangibles meningkat sebesar satu satuan maka

kepuasan konsumen akan meningkat sebesar 0,205 dengan anggapan variabel Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy, tetap. Hal ini berarti semakin tinggi kualitas pelayanan pada tangibles maka semakin tinggi pula kepuasan konsumen. Hasil uji t diperoleh sig-t sebesar $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak yang berarti tangible berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen pada kualitas jasa kereta api eksekutif Argowilis

Berdasarkan hasil uji t di atas menunjukkan bahwa hipotesis yang menyatakan “ Ada pengaruh positif kualitas jasa yang terdiri dari dimensi reliability, responsiveness, assurance, empati dan tangibel terhadap kepuasan konsumen Kereta api eksekutif Argowilis” **dapat didukung**

4.3.3. Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik digunakan sebagai uji persyaratan regresi, sehingga hasil kesimpulan yang diperoleh tidak menimbulkan kesimpulan yang bias. Dalam pengujian ini meliputi uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji Normalitas dan uji linieritas.

1). Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas yang terlalu tinggi. Pengujian dilakukan dengan analisis *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai $VIF < 10$ maka model regresi yang diajukan tidak mengandung gejala multikolinieritas (Ghozali, 2005). Hasil uji multikolinieritas dapat ditunjukkan pada Tabel 4.10 berikut :

Tabel 4.10
Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Reliability	.753	1.327
	Responsiveness	.710	1.409
	Assurance	.722	1.385
	Empaty	.940	1.064
	Tangible	.905	1.105

a. Dependent Variable: Kepuasan konsumen

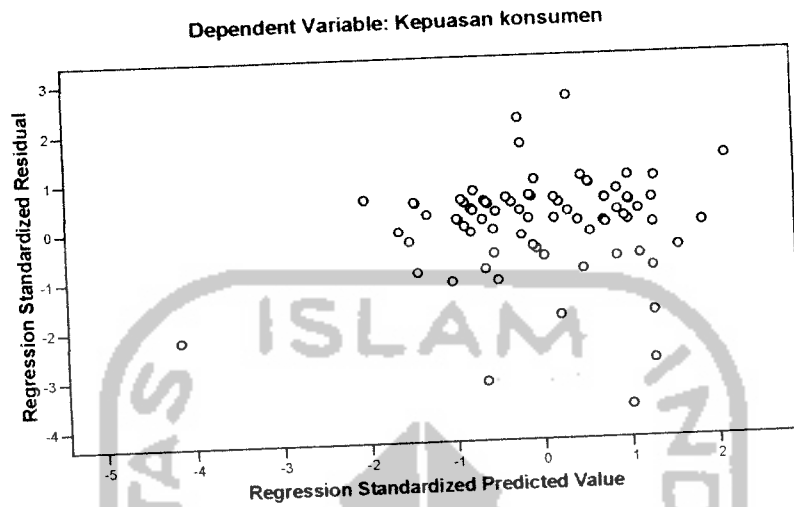
Sumber : Data primer diolah, 2008

Berdasarkan Tabel 4.10 menunjukkan bahwa seluruh variabel independent memiliki nilai VIF < 10. Dengan demikian model regresi yang digunakan dalam penelitian ini tidak mengandung gejala multikonieritas

2) Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan yang lain. Pengujian terhadap heteroskedastisitas dilakukan **plot residual** yaitu dengan melihat sebaran residual untuk setiap pemngamatan terhadap nilai prediksi Y. Jika ditemukan plot residual membentuk pola tertentu maka terjadi gejala heterosekedastisitas. Hasil pengujian heteroskedastisitas dapat dilihat pada lampiran dan salah satunya ditunjukkan pada Grafik 4.1 berikut :

Scatterplot



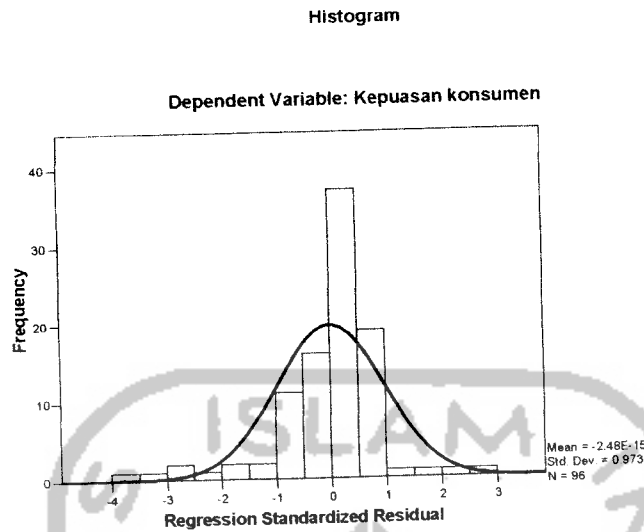
Grafik 4.1. Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan Grafik 4.1 diatas terlihat data residual pada model regresi menyebar baik diatas maupun dibawah titik 0 dan tidak membentuk pola tertentu. Dengan demikian model regresi yang diajukan dalam penelitian ini terjadi gejala Heteroskedastisitas.

3) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui seberapa baik sebuah sampel random data menjajagi distribusi normal. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan kurva normal. Jika sebaran residual mendekati kurva normal, maka dapat dinyatakan bahwa sebaran data adalah normal

Hasil pengujian Normalitas dapat ditunjukkan pada Grafik 4.2 berikut:



Grafik 4.2. Uji Normalitas

Dari grafik di atas dapat diketahui bahwa bahwa sebaran data cenderung mengikuti kurva normal, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi linier telah menggunakan data berdistribusi normal.

4) Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah linier atau tidak. Model regresi linier yang baik, sebaiknya spesifikasinya sebaiknya berbentuk linier, bukan berbentuk kuadratik atau kubik, karena estimasi regresi menjadi kurang tepat. Hasil uji linieritas digunakan uji Lagrange Multiplier (Uji LM), yang menghasilkan nilai Chi Square yang dihitung dari nilai R^2 * Observed. Jika nilai $\text{Chi Square} < \text{Chi Square Tabel}$, maka hubungan kedua variabel adalah linier. Hasil uji linieritas dapat ditunjukkan pada Tabel 4.11 berikut :

Tabel 4.11
Uji Lagrange Multiplier

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.038(a)	.001	-.054	.99926971

a Predictors: (Constant), X5^5, X3^3, X4^4, X1^2, X2^2

Berdasarkan hasil uji LM diperoleh R Square = 0,001 dan observasi = 96 maka diperoleh $X^2 = \text{obs} \cdot R \text{ Square} = 96 \times 0,001 = 0,96$. Sedangkan X^2 tabel DF = $96 - 5 = 91$ adalah sebesar 114,268. Dengan demikian X^2 hitung $< X^2$ tabel, maka H_0 diterima, yang menyatakan bahwa model regresi adalah linier dapat **didukung**.

Berdasarkan hasil dari 6 pengujian yang telah dilakukan, terdapat satu pengujian yang tidak memenuhi signifikansi. Sehingga penulis memberikan toleransi, agar penelitian tersebut tetap layak untuk diteruskan atau dilanjutkan.

4.3.4. Koefisien Determinasi

Kemudian untuk menunjukkan berapa persen variabel kepuasan konsumen yang dapat dijelaskan oleh kelima dimensi kualitas pelayanan dapat dilihat dari koefisien determinasi. Hasil koefisien determinasi dapat ditunjukkan pada Tabel 4.12 berikut :

Tabel 4.12
Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.870(a)	.757	.743	.14396

a Predictors: (Constant), Tangible, Assurance, Empaty, Reliability, Responsiveness

b Dependent Variable: Kepuasan konsumen

Dari Tabel 4.12 di atas dapat diketahui koefisien determinasi (Adjusted R^2) sebesar 0,743 yang berarti bahwa 74,3% kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh kelima variabel kualitas jasa yang terdiri dari *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empaty* dan *tangibel*. Sedangkan sisanya sebesar 25,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian, seperti kemudahan, harga, dan lain sebagainya.

4.3.5. Analisis Determinasi Parsial

untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel-variabel bebasnya secara parsial terhadap variabel terikat dapat dilihat koefisien determinasi parsial (r^2 partial). Nilai determinasi yang paling besar menunjukkan variabel yang paling dominan mempengaruhi kepuasan konsumen.

Hasil analisis korelasi parsial dapat ditunjukkan pada Tabel 4.13 berikut :

Tabel 4.13

Koefisien Determinasi Parsial

Var. Independent	r partial	Det. Part...
Reliability	0.551	0.303
Responsiveness	0.495	0.245
Assurance	0.427	0.182
Empaty	0.243	0.059
Tangible	0.412	0.170

Sumber : Data primer diolah, 2008

Koefisien korelasi variabel Reliability sebesar 0,551, artinya terdapat hubungan positif sebesar 55,1% antara variabel Reliability dengan kepuasan

konsumen. Artinya semakin tinggi kualitas pelayanan jasa kereta api eksekutif Argowilis pada dimensi Reliability maka kepuasan konsumen akan semakin meningkat. Sedangkan besarnya pengaruh variabel Reliability terhadap kepuasan konsumen dapat ditunjukkan dengan koefisien determinasi parsial (r^2) yaitu sebesar 0,303. Artinya kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh variabel Reliability sebesar 30,3%.

Koefisien korelasi variabel Responsiveness sebesar 0,495, artinya terdapat hubungan positif sebesar 49,5% antara variabel Responsiveness dengan kepuasan konsumen. Artinya semakin tinggi kualitas pelayanan jasa kereta api eksekutif Argowilis pada dimensi Responsiveness maka kepuasan konsumen akan semakin meningkat. Sedangkan besarnya pengaruh variabel Responsiveness terhadap kepuasan konsumen dapat ditunjukkan dengan koefisien determinasi parsial (r^2) yaitu sebesar 0,245. Artinya kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh variabel Responsiveness sebesar 24,5%.

Koefisien korelasi variabel Assurance sebesar 0,427, artinya terdapat hubungan positif sebesar 42,7% antara variabel Assurance dengan kepuasan konsumen. Artinya semakin tinggi kualitas pelayanan jasa kereta api eksekutif Argowilis pada dimensi Assurance maka kepuasan konsumen akan semakin meningkat. Sedangkan besarnya pengaruh variabel Assurance terhadap kepuasan konsumen dapat ditunjukkan dengan koefisien determinasi parsial (r^2) yaitu sebesar 0,182. Artinya kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh variabel Assurance sebesar 18,2%.

Koefisien korelasi variabel Empathy sebesar 0,243, artinya terdapat hubungan positif sebesar 24,3% antara variabel Empathy dengan kepuasan konsumen. Artinya semakin tinggi kualitas pelayanan jasa kereta api eksekutif Argowilis pada dimensi Empathy maka kepuasan konsumen akan semakin meningkat. Sedangkan besarnya pengaruh variabel Empathy terhadap kepuasan konsumen dapat ditunjukkan dengan koefisien determinasi parsial (r^2) yaitu sebesar 0,059. Artinya kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh variabel Empathy sebesar 5,9%.

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui pengujian secara parsial untuk masing-masing. Koefisien korelasi variabel Tangibles sebesar 0,412, artinya terdapat hubungan positif sebesar 41,2% antara variabel Tangibles dengan kepuasan konsumen. Artinya semakin tinggi kualitas pelayanan jasa kereta api eksekutif Argowilis pada dimensi Tangibles maka kepuasan konsumen akan semakin meningkat. Sedangkan besarnya pengaruh variabel Tangibles terhadap kepuasan konsumen dapat ditunjukkan dengan koefisien determinasi parsial (r^2) yaitu sebesar 0,160. Artinya kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh variabel Tangibles sebesar 16,1%.

Dari analisis kelima variabel tersebut di atas koefisien determinasi parsial terbesar ditunjukkan oleh variabel Reliability sebesar 0,303. Dengan demikian untuk variabel Reliability mempunyai pengaruh dominan terhadap Kepuasan konsumen.

4.4. Pembahasan dan Implikasi

Berdasarkan hasil analisis deskriptif terhadap penilaian responden terhadap setiap item pertanyaan termasuk dalam kriteria yang cukup baik. Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empaty* dan *tangibel* secara bersama-sama dan secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada kualitas jasa kereta api eksekutif Argowilis. Signifikansi tersebut dapat dilihat dari besarnya nilai probabilitas $< 0,05$. Hal ini berarti *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empaty* dan *tangibel* telah mampu memberikan kontribusi yang signifikan dalam meningkatkan kepuasan pada konsumen jasa kereta api eksekutif Argowilis.

Hasil pengujian secara parsial menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan variabel Reliability terhadap kepuasan konsumen, yang ditunjukkan dengan sig. t sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti jika kualitas pelayanan pada atribut Reliability semakin meningkat maka kepuasan konsumen juga semakin meningkat. Hal ini disebabkan karena Dimensi Reliability merupakan kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan terpercaya dan akurat. Dibentuk oleh tiga indikator yang meliputi : ketepatan waktu dalam keberangkatan atau tiba ditempat tujuan serta pelayanan tiket yang cepat. Untuk itu pihak manajemen kereta api eksekutif Argowilis sebaiknya meningkatkan kualitas pelayanan pada dimensi reliability ini. Prioritas peningkatan ditujukan pada indikator yang masih memberikan kepuasan terendah yaitu yang dicapai pada ketepatan dalam tiba ditempat tujuan. Hal ini memang sering terjadi

pada jasa transportasi kereta api. Untuk itu sistem manajemen dalam pengaturan jadwal keberangkatan pada seluruh jenis kereta api, hendaknya jangan sampai terjadi hambatan, misalnya dengan melanjutkan program jalur kereta api dengan sistem ganda atau double rel, yang sudah terealisasi pada beberapa jalur yang ada misalnya jurusan Jakarta – Cirebon, Yogyakarta – Solo dan terus dikembangkan untuk kota-kota lainnya.

Secara parsial menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan variabel Responsiveness terhadap kepuasan konsumen yang ditunjukkan dengan sig-t sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti jika kualitas pelayanan pada atribut daya tanggap semakin meningkat maka kepuasan konsumen juga semakin meningkat. Hal ini disebabkan karena Atribut daya tanggap merupakan kemampuan untuk membantu konsumen dan memberikan jasa dengan tanggap. Dibentuk oleh tiga indikator yang meliputi : karyawan yang bekerja dengan tanggap dalam memenuhi kebutuhan penumpang, menanggapi keluhan penumpang dan mampu memberikan informasi yang lengkap. Untuk itu pihak manajemen kereta api eksekutif Argowilis sebaiknya meningkatkan pada dimensi responsiveness terutama pada indikator yang masih dinilai paling rendah yaitu petugas yang tanggap terhadap keluhan. Untuk itu pihak manajemen sebaiknya meningkatkan kualitas SDM, dengan menanamkan pada diri karyawan agar selalu responsive terhadap setiap keluhan pelanggan, dengan menampung setiap keluhan sehingga ditemukan sistem pemecahannya. Hal ini penting karena keluhan pelanggan, merupakan bentuk ketidakpuasan mereka, sehingga dapat mengakibatkan pada berpindahnya konsumen pada jasa transportasi lainnya.

Secara parsial menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan variabel jaminan terhadap kepuasan konsumen jasa kereta api eksekutif Argowilis yang ditunjukkan dengan sig-t sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti jika kualitas pelayanan pada atribut jaminan semakin meningkat maka kepuasan konsumen juga semakin meningkat. Hal ini disebabkan karena atribut jaminan meliputi kesopanan dan pengetahuan karyawan serta kemampuan karyawan untuk membuat konsumen menaruh kepercayaan dan keyakinan. Dibentuk oleh tiga indikator yang meliputi : pengetahuan karyawan, komunikasi yang efektif dan pelayanan karyawan yang ramah dan sopan. Untuk itu pihak manajemen kereta api eksekutif Argowilis sebaiknya meningkatkan kualitas pelayanan pada dimensi ini terutama pada indikator yang masih dinilai paling rendah yaitu mengenai pengetahuan petugas dalam memberikan kepuasan bagi konsumen. Untuk itu pihak manajemen sebaiknya melakukan peningkatan kualitas SDM dengan memberikan pelatihan secara rutin, tentang kualitas jasa yang baik bagi konsumen, termasuk informasi-informasi yang berhubungan dengan sistem transportasi. Dengan demikian ketiga konsumen membutuhkan informasi yang akurat tentang seputar transportasi / traveling dengan jasa kereta api, petugas mampu memberikan penjelasan yang seluas-luasnya, sehingga konsumen puas terhadap informasi yang didapatkan.

Secara parsial menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan variabel empati terhadap kepuasan konsumen yang dibuktikan dengan sig-t sebesar $0,020 < 0,05$. Hal ini berarti jika kualitas pelayanan pada atribut empati semakin meningkat maka kepuasan konsumen juga semakin meningkat. Hal ini disebabkan

karena atribut empati adalah kepedulian atau kesediaan untuk peduli, memberi perhatian pribadi bagi konsumen. Dibentuk oleh tiga indikator yang meliputi: petugas yang perhatian, adanya jaminan keamanan dan mampu memberikan kesan yang baik. Untuk itu pihak manajemen sebaiknya meningkatkan kualitas pelayanan pada dimensi empathy terutama pada indikator yang dinilai paling rendah yaitu jaminan keamanan. Untuk itu sebaiknya pihak manajemen dapat meningkatkan keamanan baik keamanan barang maupun keamanan penumpang. Keamanan barang dapat dilakukan dengan menempatkan petugas yang secara rutin melakukan kontrol pada setiap gerbong kereta, atau menempatkan 1 petugas keamanan pada setiap gerbong. Sementara untuk keamanan penumpang, dilakukan dengan perbaikan sistem, baik sistem pengaturan jadwal, kondisi rel, palang pengaman, dan keprofesionalan pada petugas masinis, sehingga kecelakaan-kecelakaan yang sering terjadi pada jasa kereta api akhir-akhir ini dapat diminimalisir.

Hasil pengujian secara parsial menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan variabel tangibles terhadap kepuasan konsumen yang ditunjukkan dengan sig-t sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti jika kualitas pelayanan pada atribut bukti langsung semakin meningkat maka kepuasan konsumen juga semakin meningkat. Hal ini disebabkan karena atribut bukti langsung berkaitan dengan penampilan fisik, fasilitas, dan kebersihan. Untuk itu pihak manajemen sebaiknya meningkatkan pada dimensi ini terutama pada indikator yang paling rendah dinilai konsumen yaitu fasilitas TV, AC, dan WC. Untuk itu pihak manajemen harus memprioritaskan pada kelengkapan fasilitas seperti TV, AC dan

WC, yang masih belum maksimal baik secara fungsional maupun teknis, sehingga keberadaan fasilitas tersebut belum dapat dimanfaatkan secara optimal. Kondisi WC terkadang kurang terjaga kebersihannya, dapat menyebabkan ketidaknyamanan para penumpang ketika menggunakan fasilitas tersebut. Begitu juga dengan TV yang penempatannya kurang dapat dinikmati oleh seluruh penumpang karena penempatannya yang kurang strategis, dan masih banyak fasilitas-fasilitas yang belum sesuai harapan.

