

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini menganalisis mengenai pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap proses keputusan menggunakan jasa bis PO Merdeka. Dalam penelitian ini, yang menjadi variabel X atau variabel bebas (*independent variable*) adalah bauran pemasaran jasa yang terdiri dari dimensi produk (*product*), harga (*price*), lokasi (*place*), promosi (*promotion*), orang (*people*), proses (*process*), dan bukti fisik (*physical evidence*). Sedangkan untuk variabel Y atau variabel terikat (*dependent variable*) adalah proses keputusan menggunakan jasa bis PO Merdeka.

Pada penelitian ini subjek yang dijadikan penelitian adalah penumpang bis PO. Merdeka jurusan Tasikmalaya-Kampung Rambutan Jakarta. Waktu penelitian akan dilakukan pada kurun waktu kurang dari satu tahun yaitu selama lima bulan, mulai bulan Maret 2011 sampai bulan Januari 2012. Karena penelitian ini dilaksanakan dalam kurun waktu yang tidak berkesinambungan dan panjang, maka metode yang digunakan adalah *cross sectional method*. Umar (2002: 45) mengemukakan bahwa "*Cross sectional method* adalah metode penelitian dengan cara mempelajari objek dalam satu kurun waktu tertentu (tidak berkesinambungan dalam waktu panjang)".

Peneliti mengambil permasalahan penelitian yaitu mengenai pengaruh pelaksanaan bauran pemasaran jasa terhadap proses keputusan menggunakan jasa bis PO. Merdeka dikarenakan terdapatnya fenomena penurunan penggunaan jasa bis PO. Merdeka terutama jurusan Tasikmalaya-Kampung Rambutan Jakarta yang dilakukan oleh para penumpang atau konsumen selama tiga tahun berturut-turut.

3.2 Metode Penelitian dan Desain penelitian

3.2.1 Metode Penelitian

Metode penelitian yang akan digunakan perlu ditentukan terlebih dahulu untuk mempermudah langkah-langkah dalam penelitian, dengan demikian pemecahan sebuah permasalahan dapat dengan mudah diselesaikan dan tujuan penelitian dapat tercapai sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan. Sugiyono (2008: 5) memberikan pendapat mengenai metode penelitian, yaitu :

”Metode penelitian dapat diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat ditemukan, dikembangkan, dan dibuktikan, suatu pengetahuan tertentu sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan, dan mengantisipasi masalah”.

Berdasarkan variabel-variabel yang diteliti, maka penulis menggunakan jenis penelitian deskriptif dan verifikatif. Menurut Sugiyono (2008: 53) penelitian deskriptif merupakan “penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (*independen*) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain”.

Melalui jenis penelitian deskriptif maka dapat diperoleh deskripsi mengenai :

1. Bauran pemasaran jasa yang meliputi *product, price, place, promotion, people, process*, dan *physical evidence* yang dilakukan perusahaan menurut penumpang bis PO. Merdeka jurusan Tasikmalaya-Kampung Rambutan Jakarta.
2. Proses keputusan menggunakan jasa yang dilakukan penumpang bis PO. Merdeka jurusan Tasikmalaya-Kampung Rambutan Jakarta.

Menurut Arikunto (2006: 8), penelitian verifikatif merupakan “penelitian yang pada dasarnya ingin menguji kebenaran pengumpulan data di lapangan dan kebenaran hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya”. Dalam penelitian ini, akan diuji apakah program bauran pemasaran jasa berpengaruh terhadap proses keputusan menggunakan jasa bis PO. Merdeka jurusan Tasikmalaya-Kampung Rambutan Jakarta.

Berdasarkan jenis penelitian yang dilaksanakan yaitu deskriptif dan verifikatif, maka metode penelitian yang digunakan adalah metode survei.

Menurut Sugiyono (2008: 11), metode survei merupakan,

metode yang digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuesioner, test, wawancara terstruktur dan sebagainya.

Riduwan (2008: 49) berpendapat bahwa metode survei yaitu, “metode penelitian yang dilakukan untuk mengambil suatu generalisasi dari pengamatan yang tidak mendalam, tetapi generalisasi yang dilakukan bisa lebih akurat bila digunakan sampel yang representatif”. Irawan (2000: 68), metode survei adalah

“metode penelitian yang menggunakan kuosioner sebagai instrumen utama untuk mengumpulkan data”.

3.2.2 Desain Penelitian

Menurut Irawan (2000: 76), desain penelitian merupakan “*blue print* (cetak biru) penelitian yang dibuat oleh seorang peneliti sebelum melakukan penelitian. Dalam tahap ini, periset akan mengembangkan desain riset yang cocok untuk menjawab permasalahan riset.

Desain penelitian dapat juga diartikan sebagai rencana, struktur, dan strategi. Sebagai rencana dan struktur, desain penelitian merupakan perencanaan penelitian, yaitu menjelaskan secara rinci tentang keseluruhan rencana penelitian mulai dari perumusan masalah, tujuan, gambaran dan hubungan antar variabel. Sebagai strategi, desain penelitian merupakan penjelasan rinci tentang apa yang akan dilakukan peneliti dalam rangka pelaksanaan penelitian. Penjelasan ini mencakup operasionalisasi variabel, jenis dan sumber data, teknik dan alat pengumpulan data, teknik uji validitas dan reliabilitas alat pengumpulan data, populasi dan teknik penarikan sampel, dan teknik analisis data dan rancangan uji hipotesis.

Istiyanto (2005: 29) mengungkapkan bahwa desain riset dapat dibagi menjadi tiga macam yaitu :

1. Riset eksplanatori yaitu desain riset yang digunakan untuk mengetahui permasalahan dasar.
2. Riset deskriptif yaitu desain riset yang digunakan untuk menggambarkan sesuatu.
3. Riset kausal yaitu untuk menguji hubungan sebab akibat.

Ketiga jenis riset ini menghasilkan informasi yang berbeda-beda sehingga penentuan desain riset yang akan digunakan tergantung pada informasi yang akan dicari dalam riset pemasaran.

Berdasarkan tujuannya, desain penelitian yang akan digunakan adalah riset kausal, karena akan membuktikan hubungan sebab akibat atau hubungan mempengaruhi dan dipengaruhi dari variabel-variabel yang diteliti. Dalam hal ini, bauran pemasaran jasa mempengaruhi atau menyebabkan perubahan pada proses keputusan menggunakan jasa bis PO. Merdeka jurusan Tasikmalaya-Kampung Rambutan Jakarta.

3.3 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Sugiyono (2008: 58) mendefinisikan bahwa variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Sedangkan mengutip pendapat Sutrisno Hadi

(dalam Suharsimi Arikunto, 2006: 116) berpendapat bahwa variabel penelitian adalah objek penelitian yang bervariasi.

Di dalam penelitian ini meliputi dua variabel inti, yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Menurut Sugiyono (2008: 59), yang dimaksud dengan variabel bebas (*independen variable*) merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat. Sedangkan variabel terikat (*dependent variable*) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.

Variabel bebas dan variabel terikat yang diteliti oleh penulis adalah sebagai berikut :

1. Variabel Bauran Pemasaran (X) disebut sebagai variabel bebas yang meliputi *product, price, place, promotion, people, process*, dan *physical evidence*.
2. Variabel Proses Keputusan Menggunakan Jasa (Y) disebut sebagai variabel terikat yang meliputi pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pascapembelian.

Untuk menghindari penafsiran dan kekeliruan terhadap istilah-istilah yang dipergunakan sehingga masalah yang diteliti ini akan lebih terarah, maka perlu adanya penjelasan definisi operasional dari variabel penelitian. Operasionalisasi dari masing-masing variabel dapat terlihat dalam Tabel 3.1.

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel	Sub Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
Bauran Pemasaran Jasa (X)		<p>“alat bagi pemasar yang terdiri atas berbagai unsur suatu program pemasaran yang perlu dipertimbangkan agar implementasi strategi pemasaran dan <i>positioning</i> yang ditetapkan dapat berjalan sukses”.</p> <p>Lupiyoadi dan Hamdani (2009: 70)</p>	<p>Unsur-unsur bauran pemasaran jasa (<i>Product, price, place, promotion, people, process, and physical evidence</i>).</p> <p>(Payne, 2000: 156)</p>	<p>Tingkat kinerja unsur bauran pemasaran jasa yang diterima penumpang bis PO. Medeka jurusan Tasikmalaya-Kampung Rambutan Jakarta</p>	Ordinal	
	<i>Product</i>	<p>“segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan”.</p> <p>Kotler (dalam Ratih Hurriyati, 2010: 50)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Pilihan jurusan perjalanan yang ditawarkan PO. Merdeka • Pilihan tipe/jenis armada yang digunakan • Kenyamanan bis yang meliputi fasilitas di dalam bis • Keamanan barang bawaan penumpang di dalam bis 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pilihan jurusan perjalanan yang ditawarkan PO. Merdeka. • Tingkat pilihan tipe/jenis armada yang digunakan • Tingkat kenyamanan fasilitas di dalam bis • Tingkat keamanan barang bawaan penumpang di dalam bis 	Ordinal	

Tabel 3.1 (Lanjutan)
Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel	Sub Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
	<i>Price</i>	<p>“alat dalam pemberian nilai kepada konsumen dan mempengaruhi citra produk, serta keputusan konsumen untuk membeli”.</p> <p>Lupiyoadi dan Hamdani (2009: 72)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Biaya perjalanan pada hari biasa • Biaya perjalanan pada hari libur tertentu 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat biaya perjalanan pada hari biasa • Tingkat biaya perjalanan pada hari libur tertentu 	Ordinal	
	<i>Place</i>	<p>“lingkungan pelayanan jasa yang menentukan dimana dan bagaimana jasa akan diserahkan kepada konsumen sehingga jasa tersebut memiliki nilai dan manfaat”.</p> <p>Ratih Hurriyati (2010: 55)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Kestrategisan lokasi tempat menunggu bis/agen bis/terminal mandiri bis • Kemudahan kendaraan umum menjangkau lokasi tempat menunggu bis/agen bis/terminal mandiri bis garasi bis. 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kestrategisan lokasi tempat menunggu bis/agen bis/terminal mandiri bis • Tingkat kemudahan kendaraan umum menjangkau lokasi tempat menunggu bis/agen bis/terminal mandiri bis garasi bis. 	Ordinal	
	<i>Promotion</i>	<p>“alat yang digunakan untuk mengkomunikasikan positioning jasa kepada para pelanggan dan pasar-pasar relationship sehingga dapat menambah signifikansi jasa, dan juga dapat menambah keberwujudannya serta membantu pelanggan membuat penilaian tawaran jasa dengan lebih baik”.</p> <p>Payne (2000: 188)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Daya tarik penawaran jasa dalam brosur dan spanduk • Daya tarik penawaran jasa dalam media elektronik. 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat daya tarik penawaran jasa dalam brosur • Tingkat daya tarik penawaran jasa dalam spanduk. • Tingkat daya tarik penawaran jasa dalam media elektronik. 	Ordinal	

Tabel 3.1 (Lanjutan)
Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel	Sub Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
			<ul style="list-style-type: none"> • Daya tarik pemberian potongan harga bagi keluarga personil PO. Merdeka 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat daya tarik pemberian potongan harga bagi keluarga personil PO. Merdeka 	Ordinal	
	<i>People</i>	<p>“tidak hanya berupa aktivitas atau keahlian yang dilakukan untuk melayani pembeli tetapi termasuk sikap dan perilaku personil perusahaan dalam menghadapi konsumen yang pada akhirnya akan mempengaruhi jasa yang diberikan kepada konsumen”.</p> <p>Zeithmal dan Biner (2009: 24)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Keandalan supir, kernet dan karyawan PO. Merdeka. • Penampilan supir, kernet, dan karyawan PO. Merdeka. • Keramahan pelayanan supir, kernet, dan karyawan PO. Merdeka. 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat keandalan supir • Tingkat keandalan kernet • Tingkat keandalan karyawan PO. Merdeka. • Tingkat kesesuaian penampilan supir dan kernet. • Tingkat kesesuaian penampilan karyawan PO. Merdeka • Tingkat keramahan pelayanan supir dan kernet • Tingkat keramahan pelayanan karyawan PO. Merdeka 	Ordinal	

Tabel 3.1 (Lanjutan)
Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel	Sub Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
			<ul style="list-style-type: none"> Kecepatan karyawan PO. Merdeka dalam menanggapi keluhan penumpang 	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat kecepatan karyawan PO. Merdeka dalam menanggapi keluhan penumpang 	Ordinal	
	<i>Process</i>	<p>“semua prosedur aktual, mekanisme, dan aliran aktivitas yang digunakan untuk menyampaikan jasa dan sistem operasi”.</p> <p>Zeithaml dan Bitner (2009: 25)</p>	<ul style="list-style-type: none"> Kemudahan dalam menemukan jasa bis PO. Merdeka. Kemudahan dalam mendapatkan tempat duduk penumpang Kemudahan dalam menyimpan barang bawaan penumpang Ketepatan jadwal dengan waktu pemberangkatan armada bis ke tempat tujuan 	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat kemudahan dalam menemukan jasa bis PO. Merdeka. Tingkat kemudahan dalam mendapatkan tempat duduk penumpang Tingkat kemudahan dalam menyimpan barang bawaan penumpang Tingkat ketepatan jadwal dengan waktu pemberangkatan armada bis ke tempat tujuan 	Ordinal	
	<i>Physical evidence</i>	<p>lingkungan fisik dimana jasa disampaikan dan dimana perusahaan dan konsumennya berinteraksi, serta setiap komponen <i>tangibel</i> memfasilitasi penampilan atau komunikasi jasa tersebut.</p> <p>Zeithaml dan Bitner (2009: 25)</p>	<ul style="list-style-type: none"> Kualitas kondisi armada yang digunakan Kelengkapan fasilitas pendukung armada yang digunakan Kemenarikan desain armada (interior dan eksterior) 	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat kualitas kondisi armada yang digunakan Tingkat kelengkapan fasilitas pendukung armada yang digunakan Tingkat kemenarikan desain armada 	Ordinal	

Tabel 3.1 (Lanjutan)
Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel	Sub Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
			<ul style="list-style-type: none"> Kebersihan bis Ketersediaan bagasi yang luas kenyamanan ruang tunggu bis kenyamanan kantor PO. Merdeka 	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat kebersihan bis Tingkat ketersediaan bagasi yang luas Tingkat kenyamanan ruang tunggu bis Tingkat kenyamanan kantor PO. Merdeka 	Ordinal	
Proses Keputusan Menggunakan Jasa (Y)		<p>“suatu proses atau tahapan yang sangat panjang sebelum pembelian dilakukan dan keberlanjutan pemakaian dalam jangka waktu yang lama”.</p> <p>Kotler dan Amstrong (2010: 177)</p>	Tahapan-tahapan dalam proses keputusan menggunakan jasa (pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, perilaku pascapembelian)	Tingkat kinerja proses keputusan menggunakan jasa yang dilakukan penumpang transportasi bis PO. Medeka jurusan Tasikmalaya-Rambutan	Ordinal	
	Pengenalan Masalah	<p>“Proses mengenali kebutuhan yang sedang diinginkan konsumen”.</p> <p>Kotler dan Amstrong (2010: 178)</p>	<ul style="list-style-type: none"> Kebutuhan konsumen ke daerah tujuan Kebutuhan konsumen akan sarana transportasi bis 	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat kebutuhan konsumen ke daerah tujuan Tingkat kebutuhan konsumen akan sarana transportasi bis 	Ordinal	
	Pencarian Informasi	<p>“Dorongan untuk mencari informasi yang lebih banyak</p>	<ul style="list-style-type: none"> Keinginan untuk mendapatkan informasi mengenai jurusan pemberangkatan 	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat keinginan untuk mendapatkan informasi mengenai jurusan pemberangkatan 	Ordinal	

Tabel 3.1 (Lanjutan)
Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel	Sub Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
		ketika konsumen terangsang kebutuhannya”. Kotler dan Amstrong (2010: 178)	<ul style="list-style-type: none"> Keinginan untuk mendapatkan informasi mengenai waktu pemberangkatan Keinginan untuk mendapatkan informasi mengenai biaya perjalanan 	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat keinginan untuk mendapatkan informasi mengenai waktu pemberangkatan Tingkat keinginan untuk mendapatkan informasi mengenai biaya perjalanan 		
	Evaluasi Alternatif	“Membandingkan antara atribut yang diminati yang dianggap relevan dan penting”. Kotler dan Amstrong (2010: 178)	<ul style="list-style-type: none"> Ketersediaan jasa sejenis yang ditawarkan oleh pesaing Ketersediaan fasilitas yang ditawarkan pesaing 	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat ketersediaan jasa sejenis yang ditawarkan oleh pesaing Tingkat ketersediaan fasilitas yang ditawarkan pesaing 	Ordinal	
	Keputusan Pembelian	“Niat untuk membeli atau menggunakan produk/jasa yang disukai”. Kotler dan Amstrong (2010: 179)	<ul style="list-style-type: none"> Penggunaan jasa PO. Merdeka Pemilihan jenis/pelayanan armada yang akan digunakan 	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat penggunaan jasa PO. Merdeka Tingkat pemilihan jenis/pelayanan armada yang akan digunakan 	Ordinal	
	Perilaku Pasca Pembelian	“Kondisi yang dialami konsumen setelah menggunakan produk/jasa yang dipilih”. Kotler dan Amstrong (2010: 179)	<ul style="list-style-type: none"> Kepuasan penumpang setelah menggunakan jasa PO. Merdeka Loyalitas penumpang dalam menggunakan jasa PO. Merdeka 	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat kepuasan penumpang setelah menggunakan jasa PO. Merdeka Tingkat loyalitas penumpang menggunakan jasa PO. Merdeka 	Ordinal	

3.4 Sumber dan Alat Pengumpul Data

3.4.1 Sumber Data

Data adalah unsur paling penting dalam penelitian. Semua penelitian mengandung data karena tanpa data, maka penelitian itu tidak akan ada. Data juga sangat menentukan kualitas penelitian sehingga penelitian itu dapat dinyatakan apakah valid, dan reliabel. Menurut Riduwan (2008: 106), data adalah “bahan mentah yang perlu diolah sehingga menghasilkan informasi atau keterangan, baik kualitatif maupun kuantitatif yang menunjukkan fakta”. Arikunto (2006: 129) berpendapat bahwa yang dimaksud dengan sumber data adalah “subjek dari mana data dapat diperoleh”.

Data dapat digolongkan menjadi beberapa golongan atau jenis. Menurut Prasetya Irawan (2000: 85) data dapat dilihat dari sifatnya yaitu data kuantitatif dan data kualitatif. Dilihat dari sumbernya yaitu data primer dan data sekunder. Dilihat dari skalanya, kita mengenal data nominal, data ordinal, data interval, dan ratio. Sedangkan dilihat dari sifatnya yang lain yaitu data kontinyus dan data kategorikal.

Dalam penelitian ini, penulis memperoleh sumber data primer dan sekunder. Prasetya Irawan (2000: 86) mendefinisikan data primer sebagai data yang diambil langsung, tanpa perantara dari sumbernya. Sedangkan data sekunder adalah data yang diambil secara tidak langsung dari sumbernya yang bisa diambil melalui dokumen-dokumen (laporan, karya tulis orang lain, koran, dan majalah).

Peneliti mengumpulkan dan menyajikan data dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 3.2.

Tabel 3.2
Jenis dan Sumber Data Penelitian

No	Data	Jenis Data	Sumber Data
1.	Jumlah Armada di Jawa Barat Tahun 2009-2010	Sekunder	Ditjen Hublat (Dit.UAJ) 2011
2.	Daftar Perusahaan Bis di Provinsi Jawa Barat Tahun 2011	Sekunder	Ditjen Hublat (Dit.UAJ) 2011
3.	Jumlah Armada dan kondisi armada PO. Merdeka Tahun 2011	Primer	Divisi Administrasi + Inventaris PO.Merdeka 2011
4.	Trayek PO. Merdeka Tahun 2011	Primer	Divisi Operasional PO. Merdeka 2011
5.	Jumlah Armada yang Memenuhi Trayek PO. Merdeka Tahun 2011	Primer	Divisi Operasional PO. Merdeka 2011

3.4.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Studi literatur, yaitu pengumpulan data dengan cara mempelajari buku, makalah, majalah ilmiah, dan lain-lain, guna memperoleh informasi yang berhubungan dengan teori-teori dan konsep-konsep yang berkaitan dengan masalah dan variabel yang diteliti yang terdiri dari bauran pemasaran jasa dan proses keputusan menggunakan jasa.

2. Observasi, dilakukan dengan mengamati langsung objek yang berhubungan dengan masalah yang diteliti khususnya mengenai bauran pemasaran jasa yang dilakukan oleh PO. Merdeka sebagai perusahaan jasa.
3. Wawancara, digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil. Teknik wawancara yang digunakan adalah wawancara tidak terstruktur atau terbuka, yaitu wawancara yang bebas di mana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Wawancara ini dilakukan kepada :
 - a. Pemilik bis PO. Merdeka untuk mengetahui sejarah berdirinya PO. Merdeka dan perkembangan PO. Merdeka dari awal berdiri sampai saat ini,
 - b. Karyawan PO. Merdeka divisi kontrol dan tiket untuk mengetahui jumlah penumpang yang dilayani PO. Merdeka
 - c. Karyawan PO. Merdeka divisi Operasional untuk mengetahui jumlah armada yang beroperasi, armada yang tidak beroperasi, dan jurusan/trayek pemberangkatan
 - d. Dinas Perhubungan Kota Bandung untuk mengetahui jumlah armada yang ada di Jawa Barat dan nama perusahaan bis yang ada di Jawa Barat.
4. Kuesioner, merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Responden tinggal memilih alternatif jawaban yang telah disediakan pada masing-masing alternatif jawaban yang dianggap paling tepat. Pada penelitian ini kuesioner merupakan alat pengumpulan data primer. Angket yang digunakan dan disebarkan kepada responden merupakan angket pertanyaan tertutup. Kuesioner yang digunakan berupa angket tertutup. Angket tertutup digunakan untuk mengumpulkan data tentang, (1) Bauran Pemasaran Jasa dengan menganalisis dan mengidentifikasi informasi melalui dimensi produk (*product*), harga (*price*), lokasi (*place*), promosi (*promotion*), personil (*people*), proses (*process*), dan bukti fisik (*physical evidence*), (2) Proses keputusan menggunakan jasa PO. Merdeka yang diukur dari pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pascapembelian. Konstruksi item angket tertutup untuk setiap variabel dan sub variabel berupa pertanyaan atau pernyataan tentang sifat dan ciri dari setiap variabel atau sub variabel.

Analisis data angket penelitian ini dilakukan dengan menggunakan skala pengukuran. Sugiyono (2008: 131) berpendapat bahwa

skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur (angket), sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif.

Dalam angket penelitian ini, skala yang digunakan adalah skala *likert* dengan lima jumlah kategori. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Skala ini meminta responden menunjukkan tingkat persetujuan atau ketidaksetujuannya terhadap serangkaian pernyataan tentang suatu obyek. Skala ini dikembangkan oleh Rensis Likert dan biasanya memiliki lima atau tujuh kategori dari “sangat setuju” sampai dengan “sangat tidak setuju”. Skala *likert* banyak digunakan dalam riset-riset pemasaran yang menggunakan metode survei. Penggunaan skala *likert* dengan penggunaan lima jumlah kategori cukup populer dalam survei konsumen karena dipandang dapat mewakili dengan baik tingkat intensitas penilaian responden, jumlah kategori yang semakin banyak justru akan membingungkan responden, karena perbedaan nilai antara satu dengan yang lainnya semakin tipis.

3.5 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel

3.5.1 Populasi

“Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya” (Sugiyono, 2008: 115).

Populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu.

Populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan karakteristik yang menyangkut faktor-faktor yang mempengaruhi proses keputusan menggunakan jasa bis PO. Merdeka yaitu pengguna jasa bis PO. Merdeka jurusan Tasikmalaya-Kampung Rambutan Jakarta. Jumlah pengguna bis yang akan dijadikan populasi direpresentasikan dari jumlah penumpang bis PO. Merdeka jurusan Tasikmalaya-Kampung Rambutan Jakarta yang naik di Terminal Tipe A Indihiang Kota Tasikmalaya, Terminal Kampung Rambutan Jakarta ataupun yang langsung naik di garasi bis PO. Merdeka selama 24 jam. Jumlah populasi yang diambil adalah rata-rata jumlah penumpang selama bulan Maret 2011 sampai dengan bulan November 2011 berdasarkan data yang diperoleh dari pengurus PO. Merdeka bagian *ticketing* atau kontrol. Jumlah populasi tersebut sebanyak 1.452 penumpang.

Tabel 3.3
Jumlah Populasi Penumpang Bis PO. Merdeka
Jurusan Tasikmalaya-Rambutan

JURUSAN PEMBERANGKATAN	JUMLAH PENUMPANG
Tasikmalaya – Rambutan	660
Rambutan – Tasikmalaya	792
Total Penumpang	1.452

Sumber : Pengurus PO. Merdeka bagian tiket dan kontrol.

3.5.2 Sampel

Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Menurut Sugiyono (2008: 116), sampel adalah “bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Arikunto (2006: 131), mendefinisikan sampel yaitu “sebagian atau wakil populasi yang diteliti”. Pengambilan sampel dari populasi agar diharapkan diperoleh sampel yang *representative* atau mewakili, agar diupayakan setiap subjek dalam populasi mempunyai peluang yang sama untuk menjadi sampel.

Untuk menentukan sampel dari populasi yang telah ditetapkan, perlu dilakukan suatu pengukuran yang dapat menghasilkan jumlah n . Husain Umar (2002:59), mengemukakan bahwa ukuran sampel dari suatu populasi dapat menggunakan bermacam-macam cara, salah satunya adalah dengan menggunakan metode iterasi. Metode iterasi ini dilakukan karena jumlah populasi yang tidak terhingga atau tidak diketahui jumlahnya dengan pasti. Adapun langkah kerja yang disarankan dalam menentukan jumlah sampel minimal menurut Nirwan Sitepu (1994:110) adalah:

- 1) Tentukan perkiraan harga koefisien (ρ) terkecil antara variabel penyebab (eksogen) yang akan dibandingkan atau diuji perbedaan pengaruhnya dan yang ada dalam jalur dengan variabel akibat (endogen). Hal ini didasarkan pada intuisi peneliti dalam bidang yang akan diteliti dan keterangan-keterangan lainnya.

- 2) Tentukan taraf nyata (α) dan kuasa uji ($1-\beta$) yang diinginkan dalam penelitian ini.
- 3) Lihat tabel distribusi normal, harus diperhatikan bentuk perumusan hipotesis konseptual yang diajukan, apakah hipotesis konseptual itu secara statistik memperlihatkan pengujian satu arah atau dua arah.
- 4) Tentukan ukuran sampel secara iteratif.

4.1 Sampel dapat ditentukan berdasarkan rumus sebagai berikut:

$$n_1 = \frac{(Z_{1-\alpha} + Z_{1-\beta})^2}{(U' \rho)^2} + 3$$

dengan

$$U' \rho = \frac{1}{2} \ln \left(\frac{1+\rho}{1-\rho} \right)$$

Keterangan:

- ρ = Koefisien korelasi terkecil yang diharapkan
- $Z_{1-\alpha}$ = Konstanta yang diperoleh dari tabel distribusi normal
- $Z_{1-\beta}$ = Konstanta yang diperoleh dari tabel distribusi normal
- α = Kekeliruan tipe 1
- β = Kekeliruan tipe 2

4.2 Pada iterasi kedua menggunakan rumus:

$$n_2 = \frac{(Z_{1-\alpha} + Z_{1-\beta})^2}{(U' \rho)^2} + 3$$

$$U' \rho = \frac{1}{2} \ln \left(\frac{1+\rho}{1-\rho} \right) + \frac{\rho}{2(n-1)}$$

- 5) Apabila ukuran sampel minimal pada iteratif pertama dan iteratif kedua harganya sampai dengan bilangan satuannya sama, maka iterasi berhenti. Apabila belum sama lakukan iterasi ketiga dengan menggunakan rumus pada butir 4.2 demikian seterusnya sampai suatu saat ukuran sampel yang akan digunakan baru berhenti.

Untuk menentukan ukuran sampel, maka langkah kerjanya ialah sebagai berikut:

$$\rho = 0,30$$

$$\alpha = 0,05$$

$$\beta = 0,05$$

$$Z_{1-\alpha} = 1,645$$

$$Z_{1-\beta} = 1,645$$

Iterasi 1

$$U' \rho = \frac{1}{2} \ln \left(\frac{1+0,30}{1-0,30} \right) = 0,309519604$$

$$n_1 = \frac{(1,645+1,645)^2}{(0,309519604)^2} + 3 = 115,9836168 \approx 116$$

Iterasi 2

$$U'' \rho = \frac{1}{2} \ln \left(\frac{1+0,30}{1-0,30} \right) + \frac{0,30}{2(116-1)} = 0,310823951$$

$$n_2 = \frac{(1,645 + 1,645)^2}{(0,310823951)^2} + 3 = 115,0373532 \approx 115$$

Iterasi 3

$$U''' \rho = \frac{1}{2} \ln \left(\frac{1+0,30}{1-0,30} \right) + \frac{0,30}{2(115-1)}$$

$$= 0,310835393$$

$$n_3 = \frac{(1,645 + 1,645)^2}{(0,310835393)^2} + 3 = 115,0291053 \approx 115$$

Berdasarkan perhitungan di atas, maka ukuran sampel minimal dalam penelitian ini ditetapkan dengan $\rho = 0,30$ kemudian untuk $\alpha = 0,05$ dan $\beta = 0,05$ maka diperoleh ukuran sampel (n) minimal sebesar 115.

3.5.3 Teknik Penarikan Sampel

Riduwan (2010: 57) menjelaskan bahwa terdapat dua macam teknik pengambilan sampling yaitu :

1. *Probability sampling*, yaitu teknik sampling untuk memberikan peluang yang sama pada setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Terdiri dari *simple random sampling*, *proportionate stratified random sampling*, *disproportionate stratified random sampling*, dan *area sampling*.
2. *Nonprobability sampling*, yaitu teknik sampling yang tidak memberikan kesempatan (peluang) pada setiap anggota populasi untuk dijadikan anggota sampel. Terdiri dari sampling sistematis, sampling kuota, sampling aksidental, *purposive sampling*, *snowball sampling*, dan sampling jenuh.

Pada penelitian ini, teknik pengambilan sampling yang dilakukan adalah *nonprobability sampling* dengan teknik *sampling aksidental*. Menurut Riduwan (2010: 62), sampling aksidental yaitu “teknik pengambilan sampel yang dilakukan secara spontan terhadap para responden”. Penelitian ini menggunakan teknik sampel aksidental dikarenakan jumlah populasi yaitu penumpang bis PO. Merdeka jurusan Tasikmalaya-Kampung Rambutan Jakarta bersifat fluktuatif dan tidak terdaftar secara data perorangan. Dalam penelitian ini berdasarkan rumus iterasi maka sampelnya berukuran 115 orang terhadap penumpang yang sedang menggunakan jasa transportasi bis PO. Merdeka jurusan Tasikmalaya-Kampung Rambutan Jakarta.

Cara kerja atau teknik pengambilan anggota sampel yaitu dengan cara sampel aksidental, dengan langkah-langkah yang dilakukan dalam teknik ini adalah :

1. Batasi populasi. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi sasaran adalah pengguna jasa transportasi bis PO. Merdeka jurusan Tasikmalaya-Kampung Rambutan Jakarta yang naik di Terminal Tipe A Indihiang Kota Tasikmalaya, Terminal Kampung Rambutan Jakarta ataupun yang langsung naik di garasi bis PO. Merdeka selama 24 jam sebanyak 1.452 penumpang.
2. Tentukan ukuran sampel yang digunakan. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan metode iterasi berjumlah 115 responden dilakukan secara spontan kepada setiap penumpang yang sedang menggunakan jasa bis PO. Merdeka jurusan Tasikmalaya-Kampung Rambutan Jakarta yang ditemui oleh peneliti di Terminal Tipe A Indihiang Kota Tasikmalaya, Terminal

Kampung Rambutan Jakarta ataupun yang langsung naik di garasi bis PO. Merdeka.

3.6 Rancangan Analisis Data dan Uji Hipotesis

3.6.1 Rancangan Analisis Data

Setelah data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner terkumpul. Selanjutnya adalah mengolah dan menafsirkan data sehingga dari hasil tersebut dapat dilihat apakah antara variabel bauran pemasaran jasa (X) ada pengaruhnya atau tidak terhadap variabel proses keputusan menggunakan jasa (Y).

Dalam melaksanakan pengolahan data ini prosedur yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. Mengecek lembar jawaban yang telah diisi oleh responden untuk mengetahui kelengkapan hasil jawaban responden yang akan menentukan layak tidaknya lembar jawaban tersebut diolah lebih lanjut.
2. Menghitung bobot nilai dengan menggunakan skala *Likert* dengan lima kategori jawaban.
3. Rekapitulasi nilai angket variabel bauran pemasaran jasa (X) serta variabel proses keputusan menggunakan jasa (Y).
4. Tahap uji coba kuesioner, untuk menguji layak tidaknya kuesioner disebarkan kepada responden, maka penulis melakukan dua tahap pengujian yaitu uji validitas dan reliabilitas.
5. Menyusun ranking skor pada setiap variabel penelitian berdasarkan persentase dari frekuensinya.

6. *Method of Successive Interval (MSI)*

Penelitian ini menggunakan data ordinal seperti yang dijelaskan dalam operasionalisasi variabel sebelumnya, maka semua data ordinal yang terkumpul terlebih dahulu akan ditransformasikan menjadi skala interval dengan menggunakan MSI. Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut antara lain :

- a. Menghitung frekuensi (f) setiap pilihan jawaban berdasarkan hasil jawaban responden pada setiap pernyataan
- b. Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pernyataan dilakukan perhitungan proporsi (p) setiap pilihan jawaban dengan cara membagi frekuensi (f) dengan jumlah responden.
- c. Berdasarkan proporsi tersebut untuk setiap pernyataan, dilakukan penghitungan proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban.
- d. Menentukan nilai batas Z (tabel normal) untuk setiap pernyataan dan setiap pilihan jawaban.
- e. Menentukan nilai interval rata-rata untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan berikut:

$$\text{Scale Value} = \frac{(\text{Density at Lower Limit}) - (\text{Density at Upper Limit})}{(\text{Area Below Upper Limit}) - (\text{Area Below Lower Limit})}$$

- f. Setelah data itu berubah menjadi data interval tahap selanjutnya adalah melakukan uji statistik dengan menggunakan analisis jalur.

3.6.1.1 Uji Validitas

Hasil penelitian yang dikatakan valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti. “Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur” (Sugiyono, 2008: 172). Uji validitas dilakukan untuk mengetahui valid atau tidaknya kuesioner yang disebar.

Dalam uji validitas digunakan metode koefisien Korelasi *Product Moment Pearson* dengan rumus :

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n(\sum X^2) - (\sum X)^2\} \{n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2\}}} \quad (\text{Riduwan, 2008: 136})$$

Keterangan :

- r = Koefisien validitas item yang dicari
- X = Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item
- Y = Skor total
- $\sum X$ = Jumlah skor dalam distribusi X
- $\sum Y$ = Jumlah skor dalam distribusi Y
- $\sum X^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X
- $\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y
- n = Banyaknya responden

Untuk mengadakan interpretasi mengenai besarnya koefisien korelasi, dapat dilihat pada tabel 3.4 berikut :

Tabel 3.4
Pedoman untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi

Besarnya Nilai	Interpretasi
Antara 0,800 sampai dengan 1,00	Sangat Tinggi
Antara 0,600 sampai dengan 0,799	Tinggi
Antara 0,400 sampai dengan 0,599	Cukup Tinggi
Antara 0,200 sampai dengan 0,399	Rendah
Antara 0,000 sampai dengan 0,199	Sangat Rendah

Sumber : Buchari Alma (2008: 110)

Keputusan pengujian validitas responden menggunakan taraf signifikansi sebagai berikut:

1. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan valid jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} jika ($r_{hitung} > r_{tabel}$).
2. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan tidak valid jika r_{hitung} lebih kecil dari r_{tabel} jika ($r_{hitung} < r_{tabel}$).

Variabel yang diuji, yaitu pelaksanaan bauran pemasaran dengan indikator produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), promosi (*promotion*), orang (*people*), proses (*process*), dan bukti fisik (*physical evidence*), dan variabel terakhir yang diuji validitas dan realibilitasnya adalah proses keputusan menggunakan jasa dengan indikator pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pascapembelian.

3.6.1.2 Uji Reliabilitas

Instrumen penelitian disamping harus *valid*, juga harus dapat dipercaya (*reliabel*). Oleh karena itu digunakan uji reliabilitas yang gunanya untuk mengetahui ketepatan nilai kuesioner, artinya instrumen penelitian bila diujikan pada kelompok yang sama walaupun pada waktu yang berbeda hasilnya akan sama. Arikunto (2006: 178) menyatakan bahwa realibilitas menunjukkan pada satu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik.

Koefisien *Alpha Cronbach* ($C\alpha$) merupakan statistik yang paling umum digunakan untuk menguji reliabilitas suatu instrumen penelitian. Suatu instrumen penelitian diindikasikan memiliki tingkat reliabilitas memadai jika koefisien *alpha Cronbach* lebih besar atau sama dengan 0,70. Pengujian realibilitas instrument dengan rentang skor antara satu sampai lima menggunakan rumus *Cronbach Alpha*, yaitu:

$$rC_{\alpha} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{\sum S_t^2} \right]$$

Keterangan :

$C\alpha$ = reliabilitas angket

k = banyak item angket

$\sum S_i^2$ = jumlah varians item

S_t^2 = varians total

Langkah-langkah pengujian dengan menggunakan rumus tersebut adalah sebagai berikut :

1. Membuat daftar distribusi nilai untuk setiap item angket dengan langkah-langkah sebagai berikut :
 - a. Memberikan nomor pada angket yang masuk.
 - b. Memberikan nomor pada setiap item sesuai dengan bobot yang telah ditentukan yakni kategori lima Skala Likert.
 - c. Menjumlahkan skor untuk setiap responden dan kemudian jumlah skor tersebut dikuadratkan.
 - d. Menjumlahkan skor yang ada pada setiap item dari setiap jawaban yang diberikan responden. Total dari setiap jumlah skor setiap item harus sama dengan total skor dari setiap responden.
 - e. Mengkuadratkan skor-skor jawaban dari tiap-tiap responden untuk setiap item, dan kemudian menjumlahkannya.
2. Menghitung koefisien r untuk uji reliabilitas dengan menggunakan rumus alpha, dengan memperhatikan ketentuan sebagai berikut :
 - a. Untuk mendapatkan koefisien reliabilitas instrumen terlebih dahulu setiap item tersebut dijumlahkan untuk mendapatkan jumlah varians item $\sum S_i^2$ dengan rumus sebagai berikut :

$$S_i^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{N}}{N}$$

Keterangan :

S_i^2 = harga varians tiap item

$\sum X^2$ = jumlah kuadrat skor jawaban responden tiap item

$(\sum X)^2$ = kuadrat skor seluruh responden dari setiap item

N = jumlah responden

- b. Langkah selanjutnya adalah melakukan perhitungan untuk mendapatkan varians total (S_t^2) dengan rumus sebagai berikut :

$$S_t^2 = \frac{\sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{N}}{N}$$

Keterangan :

S_t = harga varians total

$\sum Y^2$ = jumlah kuadrat skor total

$(\sum Y)^2$ = jumlah kuadrat dari jumlah skor total

N = jumlah responden

3. Keputusan pengujian reliabilitas instrumen :

$C\alpha < 0,70$: instrumen penelitian tidak reliabel

$C\alpha > 0,70$: instrumen penelitian reliabel

3.6.1.3 Hasil Pengujian Validitas dan Realibilitas

1. Hasil Uji Validitas

Pengujian validitas instrumen dalam penelitian ini dilakukan pada setiap item pertanyaan, yang terdiri dari 36 item. Hasil pengujian validitas instrumen untuk setiap item pertanyaan dalam penelitian ini diperlihatkan pada Tabel 3.5

Tabel 3.5
Hasil Pengujian Validitas Instrumen Penelitian

No. Item	Item Pertanyaan	r hitung	r tabel	Ket
Produk (X1)				
1	Pilihan jurusan perjalanan yang ditawarkan PO. Merdeka	0,739	0,374	Valid
2	Pilihan tipe/jenis armada yang digunakan	0,780	0,374	Valid
3	Kenyamanan fasilitas di dalam bis	0,592	0,374	Valid
4	Kenyamanan ruang tunggu bis	0,705	0,374	Valid
5	Keamanan barang bawaan penumpang di dalam bis	0,512	0,374	Valid
Harga (X2)				
6	Biaya perjalanan pada hari biasa	0,873	0,374	Valid
7	Biaya perjalanan pada hari libur tertentu	0,929	0,374	Valid
Tempat (X3)				
8	Kestrategisan lokasi tempat menunggu bis/agen bis/terminal mandiri bis	0,924	0,374	Valid
9	Kemudahan kendaraan umum menjangkau lokasi tempat menunggu bis/agen bis/terminal mandiri bis garasi bis.	0,877	0,374	Valid
Promosi (X4)				
10	Daya tarik penawaran jasa dalam brosur dan spanduk	0,890	0,374	Valid

Tabel 3.5 (Lanjutan)
Hasil Pengujian Validitas
Instrumen Penelitian

No. Item	Item Pertanyaan	r hitung	r tabel	Ket
11	Daya tarik pemberian potongan harga bagi keluarga personil PO. Merdeka	0,883	0,374	Valid
	Orang (X5)			
12	Keandalan supir dan kernet	0,787	0,374	Valid
13	Penampilan supir dan kernet	0,750	0,374	Valid
14	Keramahan pelayanan supir dan kernet	0,771	0,374	Valid
15	Keramahan pelayanan karyawan PO. Merdeka dalam menanggapi keluhan penumpang	0,694	0,374	Valid
16	Kecepatan karyawan PO. Merdeka dalam menanggapi keluhan penumpang	0,695	0,374	Valid
	Proses (X6)			
17	Kemudahan dalam menjangkau lokasi/garasi/agen bis PO. Merdeka	0,754	0,374	Valid
18	Kemudahan dalam mendapatkan tempat duduk penumpang	0,711	0,374	Valid
19	Kenyamanan fasilitas di dalam bis	0,692	0,374	Valid
20	Kemudahan dalam menyimpan barang bawaan penumpang	0,641	0,374	Valid
21	Ketepatan jadwal dengan waktu pemberangkatan armada bis ke tempat tujuan	0,618	0,374	Valid
	Bukti Fisik (X7)			
22	Kualitas kondisi armada yang digunakan	0,734	0,374	Valid
23	Kelengkapan fasilitas pendukung armada yang digunakan	0,562	0,374	Valid

Tabel 3.5 (Lanjutan)
Hasil Pengujian Validitas
Instrumen Penelitian

No. Item	Item Pertanyaan	r hitung	r tabel	Ket
24	Kemenarikan desain armada baik interior maupun eksterior	0,798	0,374	Valid
25	Kebersihan bis	0,777	0,374	Valid
26	Ketersediaan bagasi yang luas	0,798	0,374	Valid
	Proses Keputusan Menggunakan Jasa (Y)			
27	Tingkat kebutuhan konsumen ke daerah tujuan	0,525	0,374	Valid
28	Tingkat kebutuhan konsumen akan sarana transportasi bis	0,524	0,374	Valid
29	Tingkat keinginan untuk mendapatkan informasi mengenai jurusan pemberangkatan	0,714	0,374	Valid
30	Tingkat keinginan untuk mendapatkan informasi mengenai waktu pemberangkatan	0,685	0,374	Valid
31	Tingkat keinginan untuk mendapatkan informasi mengenai biaya perjalanan	0,588	0,374	Valid
32	Tingkat ketersediaan jasa sejenis yang ditawarkan oleh pesaing	0,743	0,374	Valid
33	Tingkat ketersediaan fasilitas yang ditawarkan pesaing	0,539	0,374	Valid
34	Tingkat penggunaan jasa PO. Merdeka	0,541	0,374	Valid
35	Tingkat pemilihan jenis/pelayanan armada yang akan digunakan	0,472	0,374	Valid
36	Tingkat kepuasan penumpang setelah menggunakan jasa PO. Merdeka	0,435	0,374	Valid

Sumber : Hasil Pengujian Data 2011

Pengujian validitas instrumen dalam penelitian ini dilakukan terhadap 115 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan $df = n-2$ atau $(30-2=28)$, sehingga diperoleh nilai r_{tabel} sebesar 0,374. Dengan demikian, dapat diketahui bahwa setiap item pertanyaan dalam kuesioner dapat dikatakan valid, karena setiap item pertanyaan memiliki $r_{i(x-i)}$ hitung lebih besar daripada r_{tabel} ($r_{i(x-i)} > r_{tabel}$). Artinya, pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner dapat dijadikan alat ukur apa yang hendak diukur.

2. Hasil Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas instrumen penelitian dilakukan pada setiap variabel, yakni *product* (X1), *price* (X2), *place* (X3), *promotion* (X4), *people* (X5), *process* (X6), dan *physical evidence* (X7) dan proses keputusan menggunakan jasa (Y). Hasil pengujian reliabilitas instrumen untuk setiap variabel dalam penelitian ini diperlihatkan pada Tabel 3.6.

Tabel 3.6
Hasil Pengujian Reliabilitas Instrumen Penelitian

Variabel	Alpha	Kesimpulan
Bauran pemasaran jasa (X)	0,923	Reliabel
Proses keputusan menggunakan jasa (Y)	0,752	Reliabel

Sumber: Hasil pengolahan data 2011

Pengujian reliabilitas instrumen dalam penelitian ini dilakukan terhadap 115 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat (df) $n-2-1$ atau $(115-2-1=112)$, sehingga diperoleh nilai $C\alpha$ masing-masing variabel lebih besar dari $C\alpha$ minimal menurut ketentuan yang dikemukakan oleh Hair, Anderson, Tatham&Black (1998:88), atau dengan kata lain $C\alpha_{hitung} > 0,70$.

3.6.2 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan suatu acara untuk mengukur, mengolah dan menganalisis data tersebut. Tujuan pengolahan data adalah untuk memberikan keterangan yang berguna, serta untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam penelitian ini. Dengan demikian, teknik analisis data diarahkan pada pengujian hipotesis serta jawaban masalah yang diajukan.

Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket. Angket ini disusun oleh penulis berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian. Penelitian kuantitatif analisis data dilakukan setelah data seluruh responden terkumpul. Kegiatan analisis data dalam penelitian dilakukan melalui tahapan-tahapan sebagai berikut:

1. Menyusun Data

Mengecek nama dan kelengkapan identitas responden, serta mengecek kelengkapan data yang diisi oleh responden untuk mengetahui karakteristik responden digunakan rumus prosentase sebagai berikut:

$$\% = \frac{n}{N} \times 100$$

Dimana:

n = nilai yang diperoleh

N = jumlah seluruh nilai

100 = konstanta

2. Menyeleksi data untuk memeriksa kesempurnaan dan kebenaran data yang terkumpul.

3. Tabulasi Data

Tabulasi data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:

- b. Memberikan skor pada setiap item.
 - c. Menjumlahkan skor pada setiap item.
 - d. Menyusun ranking skor pada setiap variable penelitian.
4. Menganalisis dan menafsirkan hasil perhitungan berdasarkan angka-angka yang diperoleh dari perhitungan statistik. Adapun metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:
- a. Analisis deskriptif dapat digunakan untuk mencari kuatnya hubungan antara variabel melalui analisis kolerasi dan membuat perbandingan rata-rata data sampel atau populasi tanpa perlu diuji signifikannya. Melalui analisis deskriptif, maka dapat diketahui :
 - Tanggapan responden terhadap pelaksanaan bauran pemasaran jasa transportasi bis PO. Merdeka jurusan Tasikmalaya-Kampung Rambutan Jakarta yang terdiri dari dimensi *product, price, place, promotion, people, process*, dan *physical evidence*.
 - Tanggapan responden terhadap proses keputusan menggunakan jasa transportasi PO. Merdeka jurusan Tasikmalaya-Kampung Rambutan Jakarta melalui dimensi pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pascapembelian.
 - b. Analisis Verifikatif, yang bertujuan untuk menguji nilai hipotesis suatu variabel. Melalui analisis ini dapat diketahui pengaruh antara satu variabel dengan variabel lainnya. Sehingga dalam penelitian ini dapat

diketahui pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap proses keputusan menggunakan jasa.

3.6.3 Analisis Data

Metode analisis yang dipakai untuk menganalisis data dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Metode kuantitatif yaitu metode yang didasarkan pada analisis data yang dihitung berbentuk angka-angka, adapun analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis jalur (*path analysis*). Variabel terikat (endogen), yaitu proses keputusan menggunakan jasa (Y) yang mempunyai indikator : pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pascapembelian.

Data yang akan diolah adalah dari hasil pendekatan survei penelitian, rancangan analisis data menggunakan pengukuran skala likert lima kategori sebagai berikut :

Tabel 3.7
Alternatif Jawaban Dalam Skala Likert Lima Kategori

Alternatif Jawaban	Skala
Sangat setuju	5
Setuju	4
Ragu-ragu	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Sugiyono (2008: 132)

3.6.3.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis data yang bersifat kualitatif serta digunakan untuk melihat faktor penyebab. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian, antara lain:

1. Analisis Deskriptif Variabel X (Bauran Pemasaran Jasa)

Variabel bauran promosi jasa yang diteliti terfokus pada pelaksanaan dimensi *product, price, place, promotion, people, process*, dan *physical evidence*. (Zeithaml dan Bitner, 2009: 24).

2. Analisis Deskriptif Variabel Y (Proses Keputusan Menggunakan Jasa)

Variabel proses keputusan menggunakan jasa yang diteliti terfokus pada pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pascapembelian (Kotler dan Armstrong: 177).

3.6.3.2 Analisis Verifikatif Menggunakan Analisis Jalur

Analisis verifikatif dipergunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan uji statistik dan menitikberatkan pada pengungkapan perilaku variabel penelitian. Teknik analisis data yang dipergunakan untuk mengetahui hubungan korelatif dalam penelitian ini yaitu teknik analisis jalur (*path analysis*). Analisis jalur digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh variabel independen X terhadap Y baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk memenuhi persyaratan digunakannya metode analisis jalur, maka sekurang-

kurangnya data yang diperoleh adalah data interval. Dalam penelitian ini penulis mengemukakan hipotesis sebagai berikut :

1. Pengaruh bauran pemasaran jasa yaitu produk (*product*) terhadap proses keputusan menggunakan jasa transportasi bis PO. Merdeka jurusan Tasikmalaya-Kampung Rambutan Jakarta.
2. Pengaruh bauran pemasaran jasa yaitu harga (*price*) terhadap proses keputusan menggunakan jasa transportasi bis PO. Merdeka jurusan Tasikmalaya-Kampung Rambutan Jakarta.
3. Pengaruh bauran pemasaran jasa yaitu lokasi (*place*) terhadap proses keputusan menggunakan jasa transportasi bis PO. Merdeka jurusan Tasikmalaya- Kampung Rambutan Jakarta.
4. Pengaruh bauran pemasaran jasa yaitu promosi (*promotion*) terhadap proses keputusan menggunakan jasa transportasi bis PO. Merdeka jurusan Tasikmalaya- Kampung Rambutan Jakarta.
5. Pengaruh bauran pemasaran jasa yaitu orang (*people*) terhadap proses keputusan menggunakan jasa transportasi bis PO. Merdeka jurusan Tasikmalaya- Kampung Rambutan Jakarta.
6. Pengaruh bauran pemasaran jasa yaitu proses (*process*) terhadap proses keputusan menggunakan jasa transportasi bis PO. Merdeka jurusan Tasikmalaya- Kampung Rambutan Jakarta.
7. Pengaruh bauran pemasaran jasa yaitu bukti fisik (*physical evidence*) terhadap proses keputusan menggunakan jasa transportasi bis PO. Merdeka jurusan Tasikmalaya- Kampung Rambutan Jakarta.

8. Pengaruh bauran pemasaran jasa yaitu *product*, *price*, *place*, *promotion*, *people*, *process*, dan *physical evidence* terhadap proses keputusan menggunakan jasa transportasi bis PO. Merdeka jurusan Tasikmalaya-Kampung Rambutan Jakarta.

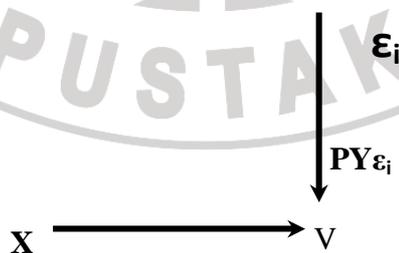
Struktur hubungan antara X dan Y diuji melalui analisis jalur (*path analysis*) dengan hipotesis berbunyi “bauran pemasaran jasa berpengaruh terhadap proses keputusan menggunakan jasa”.

Pengaruh secara simultan menunjukkan bahwa bauran pemasaran jasa (X) berpengaruh langsung terhadap proses keputusan menggunakan jasa, sedangkan pengaruh secara parsial menunjukkan bahwa bauran pemasaran jasa yang terdiri dari dimensi *product* (X1), *price* (X2), *place* (X3), *promotion* (X4), *people* (X5), *process* (X6), dan *physical evidence* (X7) masing-masing berpengaruh langsung dan tidak langsung terhadap proses keputusan menggunakan jasa.

Pengujian hipotesis dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Menggambar struktur jalur hipotesis

Gambar 3.1
Diagram Jalur Hipotesis



Keterangan:

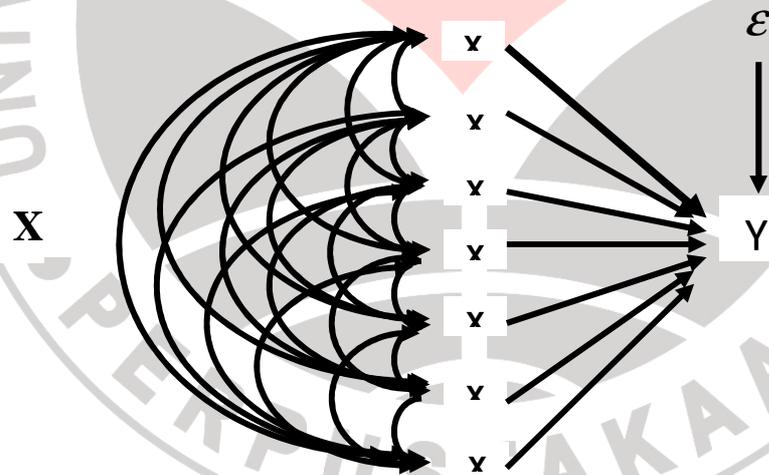
X : Bauran Pemasaran Jasa

Y : Proses Keputusan Menggunakan Jasa

ϵ : Epsilon (variabel lain)

Struktur hubungan di atas menunjukkan bahwa bauran pemasaran jasa berpengaruh terhadap keputusan menggunakan jasa. Selain itu terdapat faktor-faktor lain yang mempengaruhi hubungan antara X (bauran pemasaran jasa) dan Y (proses keputusan menggunakan jasa) yaitu variabel residu dan dilambangkan dengan ϵ namun pada penelitian ini variabel tersebut tidak diperhatikan.

- Selanjutnya diagram hipotesis di atas diterjemahkan ke dalam beberapa sub hipotesis yang menyatakan pengaruh sub variabel independen yang paling dominan terhadap variabel dependen. Lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 3.2 berikut:



Gambar 3.2
Diagram Jalur Sub Struktur Hipotesis

Keterangan Gambar 3.4 :

- X_1 = Produk (*Product*)
- X_2 = Harga (*Price*)
- X_3 = Lokasi (*Place*)

X_4 = Promosi (*Promotion*)

X_5 = Orang (*People*)

X_6 = Proses (*Process*)

X_7 = Bukti Fisik (*Physical evidence*)

ε = Epsilon (Variabel sisa)

3. Menghitung Matriks korelasi antar variabel bebas :

$$\gamma = P_{yx1}X_1 + P_{yx2}X_2 + P_{yx3}X_3 + P_{yx4}X_4 + P_{yx5}X_5 + P_{yx6}X_6 + P_{yx7}X_7 + \varepsilon_1$$

$$R = \begin{matrix} & \begin{matrix} X_1 & X_2 & X_3 & X_4 & X_5 & X_6 & X_7 \end{matrix} \\ \begin{matrix} X_1 \\ X_2 \\ X_3 \\ X_4 \\ X_5 \\ X_6 \\ X_7 \end{matrix} & \begin{matrix} 1 & r_{X1X2} & r_{X3X1} & r_{X4X1} & r_{X5X1} & r_{X6X1} & r_{X7X1} \\ & 1 & r_{X3X2} & r_{X4X2} & r_{X5X2} & r_{X6X2} & r_{X7X2} \\ & & 1 & r_{X4X3} & r_{X5X3} & r_{X6X3} & r_{X7X3} \\ & & & 1 & r_{X5X4} & r_{X6X4} & r_{X7X4} \\ & & & & 1 & r_{X6X5} & r_{X7X5} \\ & & & & & 1 & r_{X7X6} \\ & & & & & & 1 \end{matrix} \end{matrix}$$

4. Identifikasi persamaan sub struktur hipotesis

Menghitung matriks invers korelasi :

$$R^{-1} = \begin{matrix} & \begin{matrix} X_1 & X_2 & X_3 & X_4 & X_5 & X_6 & X_7 \end{matrix} \\ \begin{matrix} X_1 \\ X_2 \\ X_3 \\ X_4 \\ X_5 \\ X_6 \\ X_7 \end{matrix} & \begin{matrix} C_{1.1} & C_{1.2} & C_{1.3} & C_{1.4} & C_{1.5} & C_{1.6} & C_{1.7} \\ & C_{2.2} & C_{2.3} & C_{2.4} & C_{2.5} & C_{2.6} & C_{2.7} \\ & & C_{3.3} & C_{3.4} & C_{3.5} & C_{3.6} & C_{3.7} \\ & & & C_{4.4} & C_{4.5} & C_{4.6} & C_{4.7} \\ & & & & C_{5.5} & C_{5.6} & C_{5.7} \\ & & & & & C_{6.6} & C_{6.7} \\ & & & & & & C_{7.7} \end{matrix} \end{matrix}$$

5. Menghitung semua koefisien jalur melalui rumus

$$\begin{pmatrix} \text{PYX1} \\ \text{PYX2} \\ \text{PYX3} \\ \text{PYX4} \\ \text{PYX5} \\ \text{PYX6} \\ \text{PYX7} \end{pmatrix} = \begin{pmatrix} \text{X1} & \text{X2} & \text{X3} & \text{X4} & \text{X5} & \text{X6} & \text{X7} \\ \text{C1.1} & \text{C1.2} & \text{C1.3} & \text{C1.4} & \text{C1.5} & \text{C1.6} & \text{C1.7} \\ & \text{C1.2} & \text{C1.3} & \text{C1.4} & \text{C1.5} & \text{C1.6} & \text{C1.7} \\ & & \text{C1.3} & \text{C1.4} & \text{C1.5} & \text{C1.6} & \text{C1.7} \\ & & & \text{C1.4} & \text{C1.5} & \text{C1.6} & \text{C1.7} \\ & & & & \text{C1.5} & \text{C1.6} & \text{C1.7} \\ & & & & & \text{C1.6} & \text{C1.7} \\ & & & & & & \text{C1.7} \end{pmatrix} \begin{pmatrix} r_{\text{YX1}} \\ r_{\text{YX2}} \\ r_{\text{YX3}} \\ r_{\text{YX4}} \\ r_{\text{YX5}} \\ r_{\text{YX6}} \\ r_{\text{YX7}} \end{pmatrix}$$

6. Hitung R²Y (X1, X2, X3, X4, X5, X6, X7) yaitu koefisien yang menyatakan determinasi total X1, X2, X3, X4, X5, X6, X7 terhadap Y dengan menggunakan rumus :

$$R^2Y (X1, \dots, X7) = [P_{\text{YX1.1}} \dots P_{\text{YX1.7}}] \begin{bmatrix} r_{\text{YX1.1}} \\ \dots \\ r_{\text{YX1.7}} \end{bmatrix}$$

7. Menguji pengaruh langsung maupun tidak langsung dari setiap variabel.

a. Pengaruh (X₁) terhadap Y

- Pengaruh langsung = P_{YX1} · P_{YX1}
- Pengaruh tidak langsung melalui (X₂) = P_{YX1} · r_{X1, X2} · P_{YX2}
- Pengaruh tidak langsung melalui (X₃) = P_{YX1} · r_{X1, X3} · P_{YX3}
- Pengaruh tidak langsung melalui (X₄) = P_{YX1} · r_{X1, X4} · P_{YX4}
- Pengaruh tidak langsung melalui (X₅) = P_{YX1} · r_{X1, X5} · P_{YX5}
- Pengaruh tidak langsung melalui (X₆) = P_{YX1} · r_{X1, X6} · P_{YX6}
- Pengaruh tidak langsung melalui (X₇) = P_{YX1} · r_{X1, X7} · P_{YX7} +
- Pengaruh total (X₁) terhadap Y =

b. Pengaruh (X₂) terhadap Y

Pengaruh langsung	= $P_{YX2} \cdot P_{YX2}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X ₁)	= $P_{YX2} \cdot r_{X1 \cdot X1} \cdot P_{YX1}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X ₃)	= $P_{YX2} \cdot r_{X1 \cdot X3} \cdot P_{YX3}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X ₄)	= $P_{YX2} \cdot r_{X1 \cdot X4} \cdot P_{YX4}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X ₅)	= $P_{YX2} \cdot r_{X1 \cdot X5} \cdot P_{YX5}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X ₆)	= $P_{YX2} \cdot r_{X1 \cdot X6} \cdot P_{YX6}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X ₇)	= $\frac{P_{YX2} \cdot r_{X1 \cdot X7} \cdot P_{YX7}}{\quad} +$
Pengaruh total (X ₂) terhadap Y	=

c. Pengaruh (X₃) terhadap Y

Pengaruh langsung	= $P_{YX3} \cdot P_{YX3}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X ₁)	= $P_{YX3} \cdot r_{X1 \cdot X1} \cdot P_{YX2}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X ₂)	= $P_{YX3} \cdot r_{X1 \cdot X2} \cdot P_{YX3}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X ₄)	= $P_{YX3} \cdot r_{X1 \cdot X4} \cdot P_{YX4}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X ₅)	= $P_{YX3} \cdot r_{X1 \cdot X5} \cdot P_{YX5}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X ₆)	= $P_{YX3} \cdot r_{X1 \cdot X6} \cdot P_{YX6}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X ₇)	= $\frac{P_{YX3} \cdot r_{X1 \cdot X7} \cdot P_{YX7}}{\quad} +$
Pengaruh total (X ₃) terhadap Y	=

d. Pengaruh (X₄) terhadap Y

Pengaruh langsung	= $P_{YX4} \cdot P_{YX4}$
Pengaruh tidak langsung melalui (X ₁)	= $P_{YX4} \cdot r_{X1 \cdot X1} \cdot P_{YX1}$

$$\begin{aligned}
 \text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_2) &= P_{YX4} \cdot r_{X1 \cdot X2} \cdot P_{YX2} \\
 \text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_3) &= P_{YX4} \cdot r_{X1 \cdot X3} \cdot P_{YX3} \\
 \text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_5) &= P_{YX4} \cdot r_{X1 \cdot X5} \cdot P_{YX5} \\
 \text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_6) &= P_{YX4} \cdot r_{X1 \cdot X6} \cdot P_{YX6} \\
 \text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_7) &= P_{YX4} \cdot r_{X1 \cdot X7} \cdot P_{YX7} + \\
 \text{Pengaruh total } (X_4) \text{ terhadap } Y &= \dots\dots\dots
 \end{aligned}$$

e. Pengaruh (X_5) terhadap Y

$$\begin{aligned}
 \text{Pengaruh langsung} &= P_{YX5} \cdot P_{YX5} \\
 \text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_1) &= P_{YX5} \cdot r_{X1 \cdot X1} \cdot P_{YX1} \\
 \text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_2) &= P_{YX5} \cdot r_{X1 \cdot X2} \cdot P_{YX2} \\
 \text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_3) &= P_{YX5} \cdot r_{X1 \cdot X3} \cdot P_{YX3} \\
 \text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_4) &= P_{YX5} \cdot r_{X1 \cdot X4} \cdot P_{YX4} \\
 \text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_6) &= P_{YX5} \cdot r_{X1 \cdot X6} \cdot P_{YX6} \\
 \text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_7) &= P_{YX5} \cdot r_{X1 \cdot X7} \cdot P_{YX7} + \\
 \text{Pengaruh total } (X_5) \text{ terhadap } Y &= \dots\dots\dots
 \end{aligned}$$

f. Pengaruh (X_6) terhadap Y

$$\begin{aligned}
 \text{Pengaruh langsung} &= P_{YX6} \cdot P_{YX6} \\
 \text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_1) &= P_{YX6} \cdot r_{X1 \cdot X1} \cdot P_{YX1} \\
 \text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_2) &= P_{YX6} \cdot r_{X1 \cdot X2} \cdot P_{YX2} \\
 \text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_3) &= P_{YX6} \cdot r_{X1 \cdot X3} \cdot P_{YX3} \\
 \text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_4) &= P_{YX6} \cdot r_{X1 \cdot X4} \cdot P_{YX4}
 \end{aligned}$$

Pengaruh tidak langsung melalui (X ₅)	= P _{YX6} · r _{X1 · X5} · P _{YX5}
Pengaruh tidak langsung melalui (X ₇)	= P _{YX6} · r _{X1 · X7} · P _{YX7} +
Pengaruh total (X ₆) terhadap Y	=

g. Pengaruh (X₇) terhadap Y

Pengaruh langsung	= P _{YX7} · P _{YX7}
Pengaruh tidak langsung melalui (X ₁)	= P _{YX7} · r _{X1 · X1} · P _{YX1}
Pengaruh tidak langsung melalui (X ₂)	= P _{YX7} · r _{X1 · X2} · P _{YX2}
Pengaruh tidak langsung melalui (X ₃)	= P _{YX7} · r _{X1 · X3} · P _{YX3}
Pengaruh tidak langsung melalui (X ₄)	= P _{YX7} · r _{X1 · X4} · P _{YX4}
Pengaruh tidak langsung melalui (X ₅)	= P _{YX7} · r _{X1 · X5} · P _{YX5}
Pengaruh tidak langsung melalui (X ₆)	= P _{YX7} · r _{X1 · X6} · P _{YX6} +
Pengaruh total (X ₇) terhadap Y	=

8. Menghitung pengaruh variabel lain (ε) dengan rumus sebagai berikut:

$$P_{y\epsilon} = \sqrt{1 - R^2 y(x_1, x_2, x_3, x_4, x_5, x_6, x_7)}$$

Pengujian secara keseluruhan dengan uji F

a. Rumusan hipotesis operasional

$$H_0 : P_{x_2x_j} = P_{x_2x_j}$$

$$H_1 : P_{x_2x_j} \neq P_{x_2x_j}; i \neq j$$

Statistik uji yang digunakan ialah :

$$F = \frac{(n-k-1) \sum_{i=1}^k P_{yx_{1,2,3,4,5,6,7}}}{k(1 - \sum_{i=1}^k P_{yx_{1,2,3,4,5,6,7}})}$$

Keterangan :

n = Banyaknya responden

k = Banyaknya variabel bebas

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan menurut

Sugiyono (2008: 188) ialah:

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak artinya X berpengaruh terhadap Y

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima artinya X tidak berpengaruh terhadap Y

9. Pengujian secara individual dengan uji t

Tolak H_0 jika $t_{hitung} \geq t_{(mendekati\ 100\%)\ (n-k-1)}$

Terima H_0 jika $t_{hitung} < t_{(mendekati\ 100\%)\ (n-k-1)}$

Dimana :

$$t = \frac{P_{YX_i} - P_{YX_j}}{\sqrt{\frac{(1 - R^2 y(x_1, x_2, x_3, x_4, x_5, x_6, x_7))(C_{ii} + C_{ij} + C_{jj})}{(n-k-1)}}$$

Sesuai dengan kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan menurut Sugiyono (2008: 185) yaitu:

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak artinya X berpengaruh terhadap Y

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima artinya X tidak berpengaruh terhadap Y

Penafsiran terhadap besarnya koefisien korelasi berpedoman pada penggolongan koefisien yang dikemukakan oleh Riduwan (2008: 136), dapat dilihat pada Tabel 3.4 yang sudah dipaparkan sebelumnya.

