

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis peran *service experience* dalam upaya menciptakan kepuasan penumpang kereta wisata PT. Kereta Api Pariwisata. Adapun yang menjadi objek penelitian sebagai variabel bebas adalah *service experience* (X) yang terdiri dari *incentive* ($x_{1.1}$), *accessibility* ($x_{1.2}$), *convenience* ($x_{1.3}$), *utility* ($x_{1.4}$), *environment* ($x_{1.5}$), *benefit* ($x_{1.6}$), dan *trust* ($x_{1.7}$). Sedangkan untuk variabel terikat atau Y adalah kepuasan penumpang yang telah menggunakan kereta wisata. Responden dalam penelitian ini adalah penumpang kereta wisata yang melakukan perjalanan wisata dengan menggunakan kereta wisata Bali, kereta wisata Toraja, dan kereta wisata Nusantara.

Penelitian ini dilakukan pada kurun waktu tertentu, maka metode yang digunakan adalah *cross section method*. Menurut Husein Umar (2004:43) yang dimaksud dengan *cross section method* adalah metode penelitian dengan cara mempelajari objek, dalam kurun waktu tertentu tidak berkesinambungan dalam jangka waktu panjang. Pada penelitian dengan menggunakan metode ini, informasi dari sebagian populasi dikumpulkan langsung ditempat kejadian secara empirik dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti.

3.2 Metode Penelitian

Metode merupakan cara kerja untuk mencapai suatu tujuan atau pendekatan yang dilakukan untuk mencapai suatu hal. Metode penelitian menurut Sugiyono (2010:1) adalah “Cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu”. Data yang diperoleh melalui penelitian itu adalah data empiris yang mempunyai kriteria tertentu yaitu *valid* (ketepatan). *Valid* menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada obyek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti.

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan verifikatif menurut Sugiyono (2008:35) menjelaskan bahwa penelitian deskriptif adalah penelitian yang bertujuan memperoleh gambaran dari variabel penelitian. Melalui jenis penelitian deskriptif maka dapat diperoleh deskripsi mengenai 1) *service experience* kereta wisata, 2) kepuasan penumpang kereta wisata PT. Kereta Api Pariwisata.

Sedangkan jenis penelitian verifikatif yaitu menguji kebenaran suatu hipotesis yang dilakukan melalui pengumpulan data di lapangan, data penelitian verifikatif dimaksudkan untuk mengetahui peran *service experience* dalam menciptakan kepuasan penumpang kereta wisata PT. Kereta Api Pariwisata.

Berdasarkan jenis penelitian di atas yaitu penelitian deskriptif dan verifikatif maka metode yang digunakan adalah *explanatory survey*. Menurut

Kerlinger dalam Sugiyono (2008:11) ”Metode survei yaitu metode penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data-data dari *sample* yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis.

3.3 Operasionalisasi Variabel

Asep Hermawan (2006:118) mendefinisikan bahwa operasionalisasi variabel adalah bagaimana caranya kita mengukur suatu variabel. Dalam suatu penelitian agar bisa dapat membedakan konsep teoritis dengan konsep analisis maka perlu adanya penjabaran konsep melalui operasionalisasi variabel.

Variabel-variabel yang akan diteliti adalah variabel *Service Experience* untuk variabel X dengan dimensi *incentive*, *accessibility*, *convenience*, *utility*, *environment*, *benefit*, dan *trust*. Kepuasan penumpang kereta wisata PT. Kereta Api Pariwisata sebagai variabel Y dengan dimensi *performance*, *importance* dan ekspektasi (harapan). Berikut tabel operasionalisasi dari kedua variabel tersebut :

TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL

Variabel	Konsep Variabel	Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No.Item
1	2	3	4	5	6	7

<p>Service Experience (X)</p>	<p><i>Service experiences are the outcomes of interactions between organizations, related systems/processes, service employees and customers.</i> Artinya pengalaman jasa adalah hasil dari interaksi antara organisasi, proses hubungan, jasa karyawan dan konsumen. Bitner (1997:193)</p>	<p>1. Incentive (Pemacu)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Insentif (harga) meningkatkan kemungkinan penumpang untuk menggunakan layanan kereta wisata 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pengaruh harga terhadap keinginan untuk menggunakan kereta wisata 	Ordinal	III.A.1
			<ul style="list-style-type: none"> • Harga yang ditawarkan sesuai dengan jasa yang diberikan 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pengalaman kesesuaian harga dengan jasa dan pelayanan yang diberikan 	Ordinal	III.A.2
		<p>2. Accessibility (Aksesibilitas)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Informasi jasa harus mudah didapatkan oleh penumpang 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pengalaman yang didapat dari kemudahan dalam mendapatkan informasi mengenai kereta wisata yang berada di setiap stasiun dan melalui <i>call center</i> 121 	Ordinal	III.B.1
			<ul style="list-style-type: none"> • Perusahaan (berbasis <i>web-site</i>) harus terorganisasi dengan baik sehingga penumpang dapat menemukan apa yang mereka inginkan 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pengalaman yang didapat dari kemudahan dalam mendapatkan informasi mengenai kereta wisata dari <i>web-site</i> PT. Kereta Api 	Ordinal	III.B.2
			<ul style="list-style-type: none"> • Penumpang harus mendapatkan pelayanan dengan mudah 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pengalaman yang didapat dari kemudahan dalam melakukan pemesanan kereta wisata 	Ordinal	III.B.3
			<ul style="list-style-type: none"> • Jadwal keberangkatan kereta wisata 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pengalaman yang didapat dari 	Ordinal	III.B.4

			selalu tersedia	ketersediaan jadwal keberangkatan kereta wisata sesuai dengan jadwal yang diinginkan penumpang		
		3. Convenience (Kenyamanan)	<ul style="list-style-type: none"> Semakin sedikit waktu yang digunakan untuk memesan keberangkatan kereta, penumpang semakin ingin menggunakan kereta wisata lagi 	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat kemudahan dalam melakukan pemesanan jadwal keberangkatan melalui telepon 	Ordinal	III.C.1
			<ul style="list-style-type: none"> Proses keseluruhan dalam menggunakan jasa harus cepat 	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat pengalaman dari kenyamanan melakukan pemesanan perjalanan kereta wisata karena penumpang dilayani dengan cepat 	Ordinal	III.C.2
			<ul style="list-style-type: none"> Kemudahan akses menuju stasiun 	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat kestrategisan stasiun sehingga memudahkan penumpang untuk menuju stasiun kereta wisata 	Ordinal	III.C.3
			<ul style="list-style-type: none"> Kenyamanan dalam memberikan pelayanan 	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat pengalaman dari pelayanan yang diberikan oleh pramugari/pramugara selama berada di dalam kereta wisata 	Ordinal	III.C.4
		4. Utility (Kegunaan)	<ul style="list-style-type: none"> Pentingnya kepraktisan yang diberikan perusahaan untuk penumpang 	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat kepraktisan prosedur pemesanan perjalanan kereta wisata 	Ordinal	III.D.1
			<ul style="list-style-type: none"> Informasi dan paket kereta wisata tersedia di 	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat pengalaman atas manfaat dari 	Ordinal	III.D.2

			<p><i>travel agent</i> tertentu</p> <p>tersedianya informasi kereta wisata di <i>travel agent</i> tertentu yang memudahkan penumpang untuk mengetahui informasi dan melakukan pemesanan</p>			
			<ul style="list-style-type: none"> • Sebaiknya tidak ada pelayanan yang dapat mengejutkan penumpang 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pengalaman dari kegunaan atas pelayanan informasi mengenai kereta wisata yang diberikan oleh pramugari/pramugara 	Ordinal	III.D.3
				<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pengalaman dari manfaat tersedianya makanan dan minuman yang diberikan kereta wisata 	Ordinal	III.D.4
		5.Environment (Lingkungan)	<ul style="list-style-type: none"> • Lingkungan pelayanan memberikan rangsangan kepada penumpang untuk menggunakan kereta wisata 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pengalaman jasa yang didapat dari keeksklusifan kereta wisata dengan kereta api regular pada umumnya 	Ordinal	III.E.1
			<ul style="list-style-type: none"> • Lingkungan pelayanan harus memiliki tema tertentu 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pengalaman jasa yang didapat dari kespesifikan tema kereta wisata dengan nuansa kebudayaan Bali, Toraja, dan Nusantara 	Ordinal	III.E.2
			<ul style="list-style-type: none"> • Lingkungan sekitar pelayanan 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pengalaman jasa 	Ordinal	III.E.3

			jasa harus menghibur	yang didapat dari keindahan desain kereta dengan nuansa artistik suasana kebudayaan Bali, Toraja, dan Nusantara		
			<ul style="list-style-type: none"> • Lingkungan pelayanan yang paling menarik memiliki tema yang konsisten 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kesesuaian suasana kebudayaan Bali, Toraja, dan Nusantara yang ditampilkan kereta wisata dengan suasana budaya Bali, Toraja, dan Nusantara yang sebenarnya 	Ordinal	III.E.4
			<ul style="list-style-type: none"> • Lingkungan pelayanan jasa harus menyenangkan 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pengalaman yang diperoleh dari fasilitas <i>meeting room</i>, ruang VVIP (untuk penumpang kereta wisata Bali dan Toraja), balkon VIP yang luas (untuk penumpang kereta wisata Nusantara) 	Ordinal	III.E.5
				<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pengalaman jasa yang didapat dari kesenangan dari fasilitas hiburan berupa fasilitas karaoke yang disediakan kereta wisata 	Ordinal	III.E.6
			<ul style="list-style-type: none"> • Musik meningkatkan interaksi penumpang dengan jasa 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pengalaman yang diperoleh dari fasilitas karaoke dalam 	Ordinal	III.E.7

			membangun interaksi dengan sesama penumpang serta pramugari/pramugara		
		<ul style="list-style-type: none"> Suasana merupakan elemen penting ketika berinteraksi dengan jasa 	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat kenyamanan yang ditimbulkan dengan keberadaan <i>Air Conditioner</i> 	Ordinal	III.E.8
		<ul style="list-style-type: none"> Interaksi dalam pelayanan jasa membuat perjalanan di kereta wisata lebih menarik 	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat pengalaman berinteraksi dengan pramugara dan pramugari dalam menjelaskan fasilitas-fasilitas yang ada di dalam kereta wisata 	Ordinal	III.E.9
		<ul style="list-style-type: none"> Presentasi pelayanan harus interaktif 	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat pengalaman jasa yang didapat dari interaksi pramugari/pramugara dalam mempresentasikan mengenai kereta wisata 	Ordinal	III.E.10
		<ul style="list-style-type: none"> Adanya pelayanan jasa sangat penting bagi penumpang 	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat pengalaman yang didapat dari keindahan dan kenyamanan kereta wisata yang diinginkan penumpang 	Ordinal	III.E.11
		<ul style="list-style-type: none"> Tampilan jasa lebih menguntungkan jika disediakan materi pendidikan di dalam kereta wisata 	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat pengetahuan kebudayaan yang didapat dari tema kereta wisata yang mengangkat kebudayaan Bali/Toraja/Nusan 	Ordinal	III.E.12

		6. Benefit (Keuntungan)	<ul style="list-style-type: none"> Memahami cara penggunaan jasa penting bagi penumpang 	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat keuntungan yang didapat dengan adanya informasi yang mudah diperoleh di stasiun-stasiun kereta api, <i>call center</i>, dan <i>web-site</i> 	Ordinal	III.F.1
			<ul style="list-style-type: none"> Konsistensi dalam kinerja pelayanan membuat penumpang lebih percaya 	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat manfaat yang diperoleh dari konsistensi pelayanan kereta wisata dengan selalu bersikap ramah dan informatif 	Ordinal	III.F.2
			<ul style="list-style-type: none"> Kegunaan jasa menambah nilai bagi penumpang 	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat pengalaman dari manfaat yang didapat setelah melakukan perjalanan wisata dengan menggunakan kereta wisata PT. KA Pariwisata 	Ordinal	III.F.3
		7. Trust (Kepercayaan)	<ul style="list-style-type: none"> Kepuasan penumpang terhadap informasi (berbasis <i>web-site</i>) merupakan hal yang paling penting bagi perusahaan 	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat pengalaman jasa yang diperoleh dari kemampuan PT. KA Pariwisata dalam membangun kepercayaan penumpang terhadap konten informasi kereta wisata di internet 	Ordinal	III.G.1
			<ul style="list-style-type: none"> Keyakinan atas kualitas dan keandalan perusahaan dalam melayani penumpang 	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat pengalaman jasa yang diperoleh dari kemampuan PT. KA Pariwisata dalam membangun kepercayaan penumpang terhadap ketepatan waktu keberangkatan kereta wisata 	Ordinal	III.G.2

			<ul style="list-style-type: none"> • Kepuasan penumpang terhadap pelayanan yang diberikan kereta wisata merupakan hal penting bagi perusahaan 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pengalaman jasa yang diperoleh dari kemampuan PT. KA Pariwisata dalam membangun kepercayaan penumpang terhadap produk yang ditawarkan dan jasa yang dapat memberikan kepuasan 	Ordinal	III.G.3
Kepuasan Konsumen (Y)	<p><i>In general, satisfaction is a person's feelings of pleasure or disappointment that result from comparing a product's perceived performance (or outcome) to their expectation.</i></p> <p>Artinya, pada umumnya kepuasan adalah perasaan seseorang mengenai kebahagiaan atau kekecewaan yang merupakan hasil dari membandingkan dan mengamati manfaat produk yang dirasakan (out come) dengan harapan seseorang tersebut. Kotler (2009:164)</p>	A.Performance (Tampilan)	<p>1. <i>Performance</i> (tampilan) dari <i>Incentive</i> (pemacu)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pengaruh harga terhadap keinginan untuk menggunakan kereta wisata 	Ordinal	III.A1.1
			<ul style="list-style-type: none"> • <i>Performance</i> (tampilan) insentif (harga) meningkatkan kemungkinan penumpang untuk menggunakan layanan kereta wisata 			
			<ul style="list-style-type: none"> • <i>Performance</i> (tampilan) harga yang ditawarkan sesuai dengan jasa yang diberikan 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pengalaman kesesuaian harga dengan jasa dan pelayanan yang diberikan 		
			<p>2. <i>Performance</i> (tampilan) dari <i>Accessibility</i> (Aksesibilitas)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pengalaman yang didapat dari kemudahan dalam mendapatkan informasi mengenai kereta wisata yang berada di setiap stasiun dan melalui <i>call center</i> 121 	Ordinal	III.A2.1
		<ul style="list-style-type: none"> • <i>Performance</i> (tampilan) informasi jasa harus mudah didapatkan oleh penumpang 				
			<ul style="list-style-type: none"> • <i>Performance</i> (tampilan) dari perusahaan 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pengalaman yang didapat dari 	Ordinal	III.A2.2

		(berbasis <i>web-site</i>) harus terorganisasi dengan baik sehingga penumpang dapat menemukan apa yang mereka inginkan	kemudahan dalam mendapatkan informasi mengenai kereta wisata dari <i>web-site</i> PT. Kereta Api		
		<ul style="list-style-type: none"> • <i>Performance</i> (tampilan) mengenai penumpang harus mendapatkan pelayanan dengan mudah 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pengalaman yang didapat dari kemudahan dalam melakukan pemesanan kereta wisata 	Ordinal	III.A2.3
		<ul style="list-style-type: none"> • <i>Performance</i> (tampilan) dari jadwal keberangkatan kereta wisata selalu tersedia 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pengalaman yang didapat dari ketersediaan jadwal keberangkatan kereta wisata sesuai dengan jadwal yang diinginkan penumpang 	Ordinal	III.A2.4
		3. <i>Performance</i> (tampilan) dari <i>Convenience</i> (Kenyamanan)			
		<ul style="list-style-type: none"> • <i>Performance</i> (tampilan) dari semakin sedikit waktu yang digunakan untuk memesan keberangkatan kereta, penumpang semakin ingin menggunakan kereta wisata lagi 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kemudahan dalam melakukan pemesanan jadwal keberangkatan melalui telepon 	Ordinal	III.A3.1
		<ul style="list-style-type: none"> • <i>Performance</i> (tampilan) dari proses keseluruhan dalam 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pengalaman dari kenyamanan melakukan 	Ordinal	III.A3.2

			menggunakan jasa harus cepat	pemesanan perjalanan kereta wisata karena penumpang dilayani dengan cepat		
			<ul style="list-style-type: none"> • <i>Performance</i> (tampilan) dari kemudahan akses menuju stasiun 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kestrategisan stasiun sehingga memudahkan penumpang untuk menuju stasiun kereta wisata 	Ordinal	III.A3.3
			<ul style="list-style-type: none"> • <i>Performance</i> (tampilan) dari kenyamanan dalam memberikan pelayanan 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pengalaman dari kenyamanan dari pelayanan yang diberikan oleh pramugari/pramugara selama berada di dalam kereta wisata 	Ordinal	III.A3.4
			4. <i>Performance</i> (tampilan) dari <i>Utility</i> (Kegunaan)			
			<ul style="list-style-type: none"> • <i>Performance</i> (tampilan) dari pentingnya kepraktisan yang diberikan perusahaan untuk penumpang 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kepraktisan prosedur pemesanan perjalanan kereta wisata 	Ordinal	III.A4.1
			<ul style="list-style-type: none"> • <i>Performance</i> (tampilan) dari informasi dan paket kereta wisata tersedia di <i>travel agent</i> tertentu 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pengalaman atas manfaat dari tersedianya informasi kereta wisata di <i>travel agent</i> tertentu yang memudahkan penumpang untuk mengetahui informasi dan melakukan pemesanan 	Ordinal	III.A4.2

		<ul style="list-style-type: none"> • <i>Performance</i> (tampilan) dari tidak ada pelayanan yang dapat mengejutkan penumpang 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pengalaman dari kegunaan atas pelayanan informasi mengenai kereta wisata yang diberikan oleh pramugari/pramugara 	Ordinal	III.A4.3
			<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pengalaman dari manfaat tersedianya makanan dan minuman yang diberikan kereta wisata 	Ordinal	III.A4.4
		5. <i>Performance</i> (tampilan) dari <i>Environment</i> (Lingkungan)		Ordinal	III.A5.1
		<ul style="list-style-type: none"> • <i>Performance</i> (tampilan) dari lingkungan pelayanan yang memberikan rangsangan kepada penumpang untuk menggunakan kereta wisata 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pengalaman jasa yang didapat dari keeksklusifan kereta wisata dengan kereta api reguler pada umumnya 		
		<ul style="list-style-type: none"> • <i>Performance</i> (tampilan) dari lingkungan pelayanan harus memiliki tema tertentu 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pengalaman jasa yang didapat dari kespesifikan tema kereta wisata dengan nuansa kebudayaan Bali, Toraja, dan Nusantara 	Ordinal	III.A5.2
		<ul style="list-style-type: none"> • <i>Performance</i> (tampilan) dari lingkungan sekitar pelayanan jasa harus menghibur 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pengalaman jasa yang didapat dari keindahan desain kereta dengan nuansa artistik suasana kebudayaan Bali, Toraja, dan Nusantara 	Ordinal	III.A5.3
		<ul style="list-style-type: none"> • <i>Performance</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kesesuaian 	Ordinal	III.A5.4

			(tampilan) dari lingkungan pelayanan yang paling menarik memiliki tema yang konsisten	suasana kebudayaan Bali, Toraja, dan Nusantara yang ditampilkan kereta wisata dengan suasana budaya Bali, Toraja, dan Nusantara yang sebenarnya		
			<ul style="list-style-type: none"> • <i>Performance</i> (tampilan) dari lingkungan pelayanan jasa harus menyenangkan 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pengalaman yang diperoleh dari fasilitas <i>meeting room</i>, ruang VVIP (untuk penumpang kereta wisata Bali dan Toraja), balkon VIP yang luas (untuk penumpang kereta wisata Nusantara) 	Ordinal	III.A5.5
				<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pengalaman jasa yang didapat dari kesenangan dari fasilitas hiburan berupa fasilitas karaoke yang disediakan kereta wisata 	Ordinal	III.A5.6
			<ul style="list-style-type: none"> • <i>Performance</i> (tampilan) dari musik yang dapat meningkatkan interaksi penumpang dengan jasa 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pengalaman yang diperoleh dari fasilitas karaoke dalam membangun interaksi dengan sesama penumpang serta pramugari/pramugara 	Ordinal	III.A5.7
			<ul style="list-style-type: none"> • <i>Performance</i> (tampilan) dari suasana merupakan elemen penting ketika berinteraksi dengan jasa 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kenyamanan yang ditimbulkan dengan keberadaan <i>Air Conditioner</i> 	Ordinal	III.A5.8

			<ul style="list-style-type: none"> • <i>Performance</i> (tampilan) dari interaksi dalam pelayanan jasa bias membuat perjalanan di kereta wisata lebih menarik 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pengalaman berinteraksi dengan pramugara dan pramugari dalam menjelaskan fasilitas-fasilitas yang ada di dalam kereta wisata 	Ordinal	III.A5.9
			<ul style="list-style-type: none"> • <i>Performance</i> (tampilan) dari presentasi pelayanan harus interaktif 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pengalaman jasa yang didapat dari interaksi pramugari/pramugara dalam mempresentasikan mengenai kereta wisata 	Ordinal	III.A5.10
			<ul style="list-style-type: none"> • <i>Performance</i> (tampilan) dari adanya pelayanan jasa sangat penting bagi penumpang 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pengalaman yang didapat dari keindahan dan kenyamanan kereta wisata yang diinginkan penumpang 	Ordinal	III.A5.11
			<ul style="list-style-type: none"> • <i>Performance</i> (tampilan) dari tampilan jasa lebih menguntungkan jika disediakan materi pendidikan di dalam kereta wisata 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pengetahuan kebudayaan yang didapat dari tema kereta wisata yang mengangkat kebudayaan Bali/Toraja/Nusantara 	Ordinal	III.A5.12
			6. <i>Performance</i> (tampilan) dari <i>Benefit</i> (Keuntungan)			
			<ul style="list-style-type: none"> • <i>Performance</i> (tampilan) dari pemahaman cara penggunaan jasa yang penting bagi 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat keuntungan yang didapat dengan adanya informasi yang mudah 	Ordinal	III.A6.1

			penumpang	diperoleh di stasiun-stasiun kereta api, <i>call center</i> , dan <i>web-site</i>		
			<ul style="list-style-type: none"> • <i>Performance</i> (tampilan) dari konsistensi dalam kinerja pelayanan membuat penumpang lebih percaya 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat manfaat yang diperoleh dari konsistensi pelayanan kereta wisata dengan selalu bersikap ramah dan informatif 	Ordinal	III.A6.2
			<ul style="list-style-type: none"> • <i>Performance</i> (tampilan) dari kegunaan jasa menambah nilai bagi penumpang 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pengalaman dari manfaat yang didapat setelah melakukan perjalanan wisata dengan menggunakan kereta wisata PT. KA Pariwisata 	Ordinal	III.A6.3
			<p>7. <i>Performance</i> (tampilan) dari <i>Trust</i> (Kepercayaan)</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Performance</i> (tampilan) dari kepuasan penumpang terhadap informasi (berbasis <i>web-site</i>) merupakan hal yang paling penting bagi perusahaan 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pengalaman jasa yang diperoleh dari kemampuan PT. KA Pariwisata dalam membangun kepercayaan penumpang terhadap konten informasi kereta wisata di internet 	Ordinal	III.A7.1
				<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pengalaman jasa yang diperoleh dari kemampuan PT. KA Pariwisata dalam membangun kepercayaan penumpang terhadap ketepatan waktu keberangkatan kereta wisata 	Ordinal	III.A7.2
			<ul style="list-style-type: none"> • <i>Performance</i> (tampilan) dari 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pengalaman jasa 	Ordinal	III.A7.3

			kepuasan penumpang terhadap pelayanan yang diberikan kereta wisata merupakan hal penting bagi perusahaan	yang diperoleh dari kemampuan PT. KA Pariwisata dalam membangun kepercayaan penumpang terhadap produk yang ditawarkan dan jasa yang dapat memberikan kepuasan		
		B.Importance (Kepentingan)	1. Importance (Kepentingan) dari Incentive (pemacu)		Ordinal	III.B1.1
			<ul style="list-style-type: none"> • Kepentingan insentif (harga) dalam meningkatkan kemungkinan penumpang untuk menggunakan layanan kereta wisata 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pengaruh harga terhadap keinginan untuk menggunakan kereta wisata 		
			<ul style="list-style-type: none"> • Kepentingan harga yang ditawarkan sesuai dengan jasa yang diberikan 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pengalaman kesesuaian harga dengan jasa dan pelayanan yang diberikan 	Ordinal	III.B1.2
		2. Importance (Kepentingan) dari Accessibility (Aksesibilitas)			Ordinal	III.B2.1
			<ul style="list-style-type: none"> • Kepentingan informasi jasa harus mudah didapatkan oleh penumpang 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pengalaman yang didapat dari kemudahan dalam mendapatkan informasi mengenai kereta wisata yang berada di setiap stasiun dan melalui <i>call center</i> 121 		

			<ul style="list-style-type: none"> • Kepentingan dari perusahaan (berbasis <i>web-site</i>) harus terorganisasi dengan baik sehingga penumpang dapat menemukan apa yang mereka inginkan 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pengalaman yang didapat dari kemudahan dalam mendapatkan informasi mengenai kereta wisata dari <i>web-site</i> PT. Kereta Api 	Ordinal	III.B2.2
			<ul style="list-style-type: none"> • Kepentingan mengenai penumpang harus mendapatkan pelayanan dengan mudah 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pengalaman yang didapat dari kemudahan dalam melakukan pemesanan kereta wisata 	Ordinal	III.B2.3
			<ul style="list-style-type: none"> • Kepentingan mengenai jadwal keberangkatan kereta wisata selalu tersedia 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pengalaman yang didapat dari ketersediaan jadwal keberangkatan kereta wisata sesuai dengan jadwal yang diinginkan penumpang 	Ordinal	III.B2.4
			<p>3. <i>Importance</i> (Kepentingan) dari <i>Convenience</i> (Kenyamanan)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kepentingan mengenai semakin sedikit waktu yang digunakan untuk memesan keberangkatan kereta, penumpang semakin ingin menggunakan kereta wisata lagi 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kemudahan dalam melakukan pemesanan jadwal keberangkatan melalui telepon 	Ordinal	III.B3.1
			<ul style="list-style-type: none"> • Kepentingan proses keseluruhan dalam menggunakan jasa harus cepat 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pengalaman dari kenyamanan melakukan pemesanan perjalanan kereta 	Ordinal	III.B3.2

				wisata karena penumpang dilayani dengan cepat		
			<ul style="list-style-type: none"> • Kepentingan dari kemudahan akses menuju stasiun 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kestrategisan stasiun sehingga memudahkan penumpang untuk menuju stasiun kereta wisata 	Ordinal	III.B3.3
			<ul style="list-style-type: none"> • Kepentingan dari kenyamanan dalam memberikan pelayanan 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pengalaman dari kenyamanan dari pelayanan yang diberikan oleh pramugari/pramugara selama berada di dalam kereta wisata 	Ordinal	III.B3.4
			<p>4. <i>Importance</i> (Kepentingan) dari <i>Utility</i> (Kegunaan)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kepentingan dari kepraktisan yang diberikan perusahaan untuk penumpang 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kepraktisan prosedur pemesanan perjalanan kereta wisata 	Ordinal	III.B4.1
			<ul style="list-style-type: none"> • Kepentingan informasi dan paket kereta wisata tersedia di <i>travel agent</i> tertentu 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pengalaman atas manfaat dari tersedianya informasi kereta wisata di <i>travel agent</i> tertentu yang memudahkan penumpang untuk mengetahui informasi dan melakukan pemesanan 	Ordinal	III.B4.2
			<ul style="list-style-type: none"> • Kepentingan dari tidak ada pelayanan yang dapat 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pengalaman dari kegunaan atas pelayanan 	Ordinal	III.B4.3

			mengejutkan penumpang	informasi mengenai kereta wisata yang diberikan oleh pramugari/pramugara		
				<ul style="list-style-type: none"> Tingkat pengalaman dari manfaat tersediannya makanan dan minuman yang diberikan kereta wisata 	Ordinal	III.B4.4
			5. <i>Importance</i> (Kepentingan) dari <i>Environment</i> (Lingkungan)		Ordinal	III.B5.1
			<ul style="list-style-type: none"> Kepentingan dari lingkungan pelayanan yang memberikan rangsangan kepada penumpang untuk menggunakan kereta wisata 	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat pengalaman jasa yang didapat dari keeksklusifan kereta wisata dengan kereta api reguler pada umumnya 		
			<ul style="list-style-type: none"> Kepentingan dari lingkungan pelayanan harus memiliki tema tertentu 	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat pengalaman jasa yang didapat dari kespesifikan tema kereta wisata dengan nuansa kebudayaan Bali, Toraja, dan Nusantara 	Ordinal	III.B5.2
			<ul style="list-style-type: none"> Kepentingan dari lingkungan sekitar pelayanan jasa harus menghibur 	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat pengalaman jasa yang didapat dari keindahan desain kereta dengan nuansa artistik suasana kebudayaan Bali, Toraja, dan Nusantara 	Ordinal	III.B5.3
			<ul style="list-style-type: none"> Kepentingan dari lingkungan 	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat kesesuaian 	Ordinal	III.B5.4

			<p>pelayanan yang paling menarik memiliki tema yang konsisten</p>	<p>suasana kebudayaan Bali, Toraja, dan Nusantara yang ditampilkan kereta wisata dengan suasana budaya Bali, Toraja, dan Nusantara yang sebenarnya</p>		
			<ul style="list-style-type: none"> • Kepentingan dari lingkungan pelayanan jasa harus menyenangkan 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pengalaman yang diperoleh dari fasilitas <i>meeting room</i>, ruang VVIP (untuk penumpang kereta wisata Bali dan Toraja), balkon VIP yang luas (untuk penumpang kereta wisata Nusantara) 	Ordinal	III.B5.5
				<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pengalaman jasa yang didapat dari kesenangan dari fasilitas hiburan berupa fasilitas karaoke yang disediakan kereta wisata 	Ordinal	III.B5.6
			<ul style="list-style-type: none"> • Kepentingan musik yang dapat meningkatkan interaksi penumpang dengan jasa 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pengalaman yang diperoleh dari fasilitas karaoke dalam membangun interaksi dengan sesama penumpang serta pramugari/pramugara 	Ordinal	III.B5.7
			<ul style="list-style-type: none"> • Kepentingan suasana merupakan elemen penting ketika berinteraksi dengan jasa 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kenyamanan yang ditimbulkan dengan keberadaan <i>Air Conditioner</i> 	Ordinal	III.B5.8

			<ul style="list-style-type: none"> • Kepentingan berinteraksi dalam pelayanan jasa bias membuat perjalanan di kereta wisata lebih menarik 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pengalaman berinteraksi dengan pramugara dan pramugari dalam menjelaskan fasilitas-fasilitas yang ada di dalam kereta wisata 	Ordinal	III.B5.9
			<ul style="list-style-type: none"> • Kepentingan presentasi pelayanan yang interaktif 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pengalaman jasa yang didapat dari interaksi pramugari/pramugara dalam mempresentasikan mengenai kereta wisata 	Ordinal	III.B5.10
			<ul style="list-style-type: none"> • Kepentingan dari adanya pelayanan jasa sangat penting bagi penumpang 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pengalaman yang didapat dari keindahan dan kenyamanan kereta wisata yang diinginkan penumpang 	Ordinal	III.B5.11
			<ul style="list-style-type: none"> • Kepentingan dari tampilan jasa lebih menguntungkan jika disediakan materi pendidikan di dalam kereta wisata 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pengetahuan kebudayaan yang didapat dari tema kereta wisata yang mengangkat kebudayaan Bali/Toraja/Nusantara 	Ordinal	III.B5.12
			6. <i>Importance</i> (kepentingan) dari <i>Benefit</i> (Keuntungan)			

		<ul style="list-style-type: none"> • Kepentingan memahami cara penggunaan jasa yang penting bagi penumpang 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat keuntungan yang didapat dengan adanya informasi yang mudah diperoleh di stasiun-stasiun kereta api, <i>call center</i>, dan <i>web-site</i> 	Ordinal	III.B6.1
		<ul style="list-style-type: none"> • Kepentingan dari konsistensi dalam kinerja pelayanan membuat penumpang lebih percaya 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat manfaat yang diperoleh dari konsistensi pelayanan kereta wisata dengan selalu bersikap ramah dan informatif 	Ordinal	III.B6.2
		<ul style="list-style-type: none"> • Kepentingan dari kegunaan jasa menambah nilai bagi penumpang 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pengalaman dari manfaat yang didapat setelah melakukan perjalanan wisata dengan menggunakan kereta wisata PT. KA Pariwisata 	Ordinal	III.B6.3
		<p>7. <i>Importance</i> (kepentingan) dari <i>Trust</i> (Kepercayaan)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kepentingan kepuasan penumpang terhadap informasi (berbasis <i>web-site</i>) merupakan hal yang paling penting bagi perusahaan 		Ordinal	III.B7.1
			<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pengalaman jasa yang diperoleh dari kemampuan PT. KA Pariwisata dalam membangun kepercayaan penumpang terhadap konten informasi kereta wisata di internet 	Ordinal	III.B7.2
			<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pengalaman jasa yang diperoleh dari kemampuan PT. KA Pariwisata dalam membangun kepercayaan penumpang terhadap ketepatan 	Ordinal	III.B7.2

				waktu keberangkatan kereta wisata		
			<ul style="list-style-type: none"> • Kepentingan mengenai kepuasan penumpang terhadap pelayanan yang diberikan kereta wisata merupakan hal penting bagi perusahaan 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pengalaman jasa yang diperoleh dari kemampuan PT. KA Pariwisata dalam membangun kepercayaan penumpang terhadap produk yang ditawarkan dan jasa yang dapat memberikan kepuasan 	Ordinal	III.B7.3
		C.Expectation (Harapan)	1. Expectation (harapan) terhadap Incentive (pemacu)			
			<ul style="list-style-type: none"> • Harapan terhadap insentif (harga) dalam meningkatkan kemungkinan penumpang untuk menggunakan layanan kereta wisata 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pengaruh harga terhadap keinginan untuk menggunakan kereta wisata 	Ordinal	III.C1.1
			<ul style="list-style-type: none"> • Harapan harga yang ditawarkan sesuai dengan jasa yang diberikan 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pengalaman kesesuaian harga dengan jasa dan pelayanan yang diberikan 	Ordinal	III.C1.2
			2. Expectation (harapan) terhadap Accessibility (Aksesibilitas)			
			<ul style="list-style-type: none"> • Harapan terhadap informasi jasa yang mudah didapatkan oleh penumpang 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pengalaman yang didapat dari kemudahan dalam mendapatkan informasi kereta wisata yang berada di setiap stasiun dan melalui <i>call center</i> 121 	Ordinal	III.C2.1

		<ul style="list-style-type: none"> • Harapan terhadap perusahaan (berbasis <i>web-site</i>) yang terorganisasi dengan baik sehingga penumpang dapat menemukan apa yang mereka inginkan 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pengalaman yang didapat dari kemudahan dalam mendapatkan informasi mengenai kereta wisata dari <i>web-site</i> PT. Kereta Api 	Ordinal	III.C2.2
		<ul style="list-style-type: none"> • Harapan terhadap kemudahan penumpang dalam mendapatkan pelayanan 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pengalaman yang didapat dari kemudahan dalam melakukan pemesanan kereta wisata 	Ordinal	III.C2.3
		<ul style="list-style-type: none"> • Harapan terhadap jadwal keberangkatan kereta wisata yang selalu tersedia 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pengalaman yang didapat dari ketersediaan jadwal keberangkatan kereta wisata sesuai dengan jadwal yang diinginkan penumpang 	Ordinal	III.C2.4
		<p>3. <i>Expectation</i> (harapan) terhadap <i>Convenience</i> (Kenyamanan)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Harapan terhadap kemudahan dalam melakukan pemesanan jadwal keberangkatan melalui telepon 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kemudahan dalam melakukan pemesanan jadwal keberangkatan melalui telepon 	Ordinal	III.C3.1
		<ul style="list-style-type: none"> • Harapan terhadap kenyamanan dalam melakukan pemesanan perjalanan kereta wisata karena penumpang dilayani dengan cepat 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pengalaman dari kenyamanan melakukan pemesanan perjalanan kereta wisata karena penumpang dilayani dengan 	Ordinal	III.C3.2

			cepat			
			<ul style="list-style-type: none"> • Harapan terhadap kemudahan akses menuju stasiun 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kestrategisan stasiun sehingga memudahkan penumpang untuk menuju stasiun kereta wisata 	Ordinal	III.C3.3
			<ul style="list-style-type: none"> • Harapan terhadap kenyamanan dalam pelayanan 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pengalaman dari kenyamanan dari pelayanan yang diberikan oleh pramugari/pramugara selama berada di dalam kereta wisata 	Ordinal	III.C3.4
			4. <i>Expectation</i> (harapan) terhadap <i>Utility</i> (Kegunaan)			
			<ul style="list-style-type: none"> • Harapan terhadap kepraktisan yang diberikan perusahaan untuk penumpang 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kepraktisan prosedur pemesanan perjalanan kereta wisata 	Ordinal	III.C4.1
			<ul style="list-style-type: none"> • Harapan terhadap ketersediaan informasi dan paket di <i>travel agent</i> tertentu 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pengalaman atas manfaat dari tersedianya informasi kereta wisata di <i>travel agent</i> tertentu yang memudahkan penumpang untuk mengetahui informasi dan melakukan pemesanan 	Ordinal	III.C4.2
			<ul style="list-style-type: none"> • Harapan terhadap tidak adanya pelayanan yang dapat mengejutkan penumpang 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pengalaman dari kegunaan atas pelayanan informasi mengenai kereta wisata yang diberikan oleh 	Ordinal	III.C4.3

			pramugari/pramugara		
			<ul style="list-style-type: none"> Tingkat pengalaman dari manfaat tersediannya makanan dan minuman yang diberikan kereta wisata 	Ordinal	III.C4.4
		5. <i>Expectation</i> (harapan) terhadap <i>Environment</i> (Lingkungan)			
		<ul style="list-style-type: none"> Harapan terhadap lingkungan pelayanan yang dapat memberikan rangsangan kepada penumpang untuk menggunakan kereta wisata 	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat pengalaman jasa yang didapat dari keeksklusifan kereta wisata dengan kereta api reguler pada umumnya 	Ordinal	III.C5.1
		<ul style="list-style-type: none"> Harapan terhadap lingkungan pelayanan harus memiliki tema tertentu 	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat pengalaman jasa yang didapat dari kespesifikan tema kereta wisata dengan nuansa kebudayaan Bali, Toraja, dan Nusantara 	Ordinal	III.C5.2
		<ul style="list-style-type: none"> Harapan terhadap lingkungan sekitar pelayanan jasa harus menghibur 	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat pengalaman jasa yang didapat dari keindahan desain kereta dengan nuansa artistik suasana kebudayaan Bali, Toraja, dan Nusantara 	Ordinal	III.C5.3
		<ul style="list-style-type: none"> Harapan terhadap lingkungan pelayanan yang paling menarik memiliki tema yang konsisten 	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat kesesuaian suasana kebudayaan Bali, Toraja, dan Nusantara yang ditampilkan kereta 	Ordinal	III.C5.4

			wisata dengan suasana budaya Bali, Toraja, dan Nusantara yang sebenarnya		
		<ul style="list-style-type: none"> • Harapan terhadap lingkungan pelayanan jasa harus menyenangkan 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pengalaman yang diperoleh dari fasilitas <i>meeting room</i>, ruang VVIP (untuk penumpang kereta wisata Bali dan Toraja), balkon VIP yang luas (untuk penumpang kereta wisata Nusantara) 	Ordinal	III.C5.5
			<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pengalaman jasa yang didapat dari kesenangan dari fasilitas hiburan berupa fasilitas karaoke yang disediakan kereta wisata 	Ordinal	III.C5.6
		<ul style="list-style-type: none"> • Harapan terhadap tersedianya musik yang dapat meningkatkan interaksi penumpang dengan jasa 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pengalaman yang diperoleh dari fasilitas karaoke dalam membangun interaksi dengan sesama penumpang serta pramugari/pramugara 	Ordinal	III.C5.7
		<ul style="list-style-type: none"> • Harapan terhadap suasana yang merupakan elemen penting ketika berinteraksi dengan jasa 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kenyamanan yang ditimbulkan dengan keberadaan <i>Air Conditioner</i> 	Ordinal	III.C5.8
		<ul style="list-style-type: none"> • Harapan terhadap interaksi dalam pelayanan jasa yang bisa membuat perjalanan di kereta wisata lebih 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pengalaman berinteraksi dengan pramugara dan pramugari dalam menjelaskan 	Ordinal	III.C5.9

		menarik	fasilitas-fasilitas yang ada di dalam kereta wisata		
		<ul style="list-style-type: none"> • Harapan terhadap presentasi pelayanan yang interaktif 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pengalaman jasa yang didapat dari interaksi pramugari/pramugara dalam mempresentasikan mengenai kereta wisata 	Ordinal	III.C5.10
		<ul style="list-style-type: none"> • Harapan terhadap adanya pelayanan jasa sangat penting bagi penumpang 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pengalaman yang didapat dari keindahan dan kenyamanan kereta wisata yang diinginkan penumpang 	Ordinal	III.C5.11
		<ul style="list-style-type: none"> • Harapan terhadap tampilan jasa lebih menguntungkan jika disediakan materi pendidikan di dalam kereta wisata 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pengetahuan kebudayaan yang didapat dari tema kereta wisata yang mengangkat kebudayaan Bali/Toraja/Nusantara 	Ordinal	III.C5.12
		6. <i>Expectation</i> (harapan) terhadap <i>Benefit</i> (Keuntungan)			
		<ul style="list-style-type: none"> • Harapan terhadap pemahaman cara penggunaan jasa yang penting bagi penumpang 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat keuntungan yang didapat dengan adanya informasi yang mudah diperoleh di stasiun-stasiun kereta api, <i>call center</i>, dan <i>web-site</i> 	Ordinal	III.C6.1
		<ul style="list-style-type: none"> • Harapan terhadap konsistensi dalam kinerja pelayanan yang membuat penumpang lebih 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat manfaat yang diperoleh dari konsistensi pelayanan kereta wisata dengan 	Ordinal	III.C6.2

			percaya	selalu bersikap ramah dan informatif		
			<ul style="list-style-type: none"> • Harapan terhadap nilai tambah bagi penumpang dalam penggunaan jasa 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pengalaman dari manfaat yang didapat setelah melakukan perjalanan wisata dengan menggunakan kereta wisata PT. KA Pariwisata 	Ordinal	III.C6.3
			<p>7. <i>Expectation</i> (harapan) terhadap <i>Trust</i> (Kepercayaan)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Harapan terhadap kepuasan penumpang terhadap informasi (berbasis <i>web-site</i>) merupakan hal yang paling penting bagi perusahaan 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pengalaman jasa yang diperoleh dari kemampuan PT. KA Pariwisata dalam membangun kepercayaan penumpang terhadap konten informasi kereta wisata di internet 	Ordinal	III.C7.1
				<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pengalaman jasa yang diperoleh dari kemampuan PT. KA Pariwisata dalam membangun kepercayaan penumpang terhadap ketepatan waktu keberangkatan kereta wisata 	Ordinal	III.C7.2
			<ul style="list-style-type: none"> • Harapan terhadap kepuasan penumpang yang diperoleh dari pelayanan yang diberikan kereta 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pengalaman jasa yang diperoleh dari kemampuan PT. KA Pariwisata dalam membangun 	Ordinal	III.C7.3

			wisata merupakan hal penting bagi perusahaan	kepercayaan penumpang terhadap produk yang ditawarkan dan jasa yang dapat memberikan kepuasan		
--	--	--	--	---	--	--

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2011

3.4 Jenis dan Sumber Data

Sumber data dalam penelitian adalah subyek dari mana data dapat diperoleh. Dalam penelitian ini sumber data yang dipakai adalah:

1. Sumber data Primer

Data yang dikumpulkan secara khusus oleh peneliti sendiri dari sumber aslinya yaitu data yang diperoleh dari kuesioner yang disebarakan kepada sejumlah responden.

2. Data Sekunder

Data yang tersedia yang dikumpulkan oleh pihak lain, baik dipublikasikan maupun tidak dipublikasikan yang digunakan oleh peneliti sebagai sumber data penelitiannya seperti buku, artikel, serta situs internet. Untuk mengetahui jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 3.2 sebagai berikut:

TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA PENELITIAN

No	Jenis Data	Jenis Data	Sumber Data	Digunakan Untuk Tujuan Penelitian		
				T-1	T-2	T-3
1.	Profil perusahaan	Sekunder	PT. KA Pariwisata	√	-	-
2.	Operasi kegiatan perusahaan	Sekunder	PT. KA Pariwisata	√	-	-
3.	<i>Guest Comment</i> penumpang kereta wisata	Sekunder	PT. KA Pariwisata	√	√	√

Wulan Sari, 2011

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

4.	Karakteristik Responden	Primer	Penumpang kereta wisata Bali, kereta wisata Toraja, dan kereta wisata Nusantara	√	√	√
5.	Tanggapan penumpang kereta wisata terhadap <i>service experience</i> PT. KA Pariwisata	Primer	Penumpang kereta wisata Bali, kereta wisata Toraja, dan kereta wisata Nusantara	√	-	√
6.	Kepuasan Penumpang kereta wisata PT. KA Pariwisata	Primer	Penumpang kereta wisata Bali, kereta wisata Toraja, dan kereta wisata Nusantara	-	√	√

Keterangan:

T-1: Untuk mengetahui tanggapan mengenai *service experience* kereta wisata PT. Kereta Api Pariwisata

T-2: Untuk mengetahui tanggapan terhadap kepuasan penumpang kereta wisata PT. Kereta Api Pariwisata (penumpang kereta wisata Bali, kereta wisata Toraja, dan kereta wisata Nusantara)

T-3: Untuk menjelaskan seberapa besar pengaruh *service experience* dalam menciptakan kepuasan penumpang kereta wisata PT. Kereta Api Pariwisata (penumpang kereta wisata Bali, kereta wisata Toraja, dan kereta wisata Nusantara)

3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.5.1 Populasi

Mengumpulkan dan menganalisa suatu data, menentukan populasi merupakan langkah yang penting dalam sebuah penelitian. Menurut Burns & Bush (2003:334) mendefinisikan “*Population is defined as the entire group under study as specified by the objectives of research project*”, artinya populasi

Wulan Sari, 2011

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

didefinisikan sebagai keseluruhan kelompok di bawah pembelajaran yang dispesifikasikan sebagai tujuan dari proyek penelitian. Sedangkan Uma Sekaran (2006:121) mendefinisikan populasi sebagai populasi mengacu pada keseluruhan kelompok orang, kejadian, atau hal minat yang ingin peneliti investigasi. Sugiyono (2009:115) mendefinisikan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.

Berdasarkan uraian diatas, maka yang menjadi populasi penelitian adalah jumlah penumpang kereta wisata pada bulan Februari sampai dengan bulan Juli tahun 2010.

TABEL 3.3
JUMLAH PENUMPANG KERETA WISATA PT. KERETA API PARIWISATA
TAHUN 2010

Klasifikasi penumpang	Jumlah
Penumpang kereta Bali	1804
Penumpang kereta Toraja	1122
Penumpang kereta Nusantara	874
Total	3800

Sumber: PT. KA Pariwisata, 2011

Berdasarkan data Tabel 3.3 dapat diketahui bahwa penumpang paling banyak menggunakan kereta wisata Bali yaitu sebanyak 1804 penumpang dengan persentase sebesar 47.47% sedangkan jumlah penumpang yang telah menggunakan kereta wisata Nusantara lebih sedikit yaitu sebanyak 874 penumpang. Hal tersebut juga dikarenakan oleh kapasitas kereta Nusantara yang hanya bisa menampung 19 penumpang dalam satu kali keberangkatan dan kereta Nusantara juga beroperasi lebih lambat 3 bulan dibandingkan dengan kereta Bali dan kereta Toraja. Jumlah total berdasarkan tiga klasifikasi penumpang

Wulan Sari, 2011

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

berdasarkan jenis kereta wisata tersebut dijadikan populasi dalam penelitian ini yaitu 3800 responden. Penumpang kereta wisata Bali, kereta wisata Toraja, dan kereta wisata Nusantara yang menjadi populasi dalam penelitian ini.

3.5.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Berdasarkan populasi yang telah ditentukan, maka dalam rangka mempermudah penelitian diperlukan suatu sampel karena dalam penelitian tidak mungkin keseluruhan populasi dapat diteliti. Keterbatasan itu disebabkan oleh beberapa faktor yaitu keterbatasan biaya, keterbatasan tenaga, dan keterbatasan waktu yang tersedia. Oleh karena itu peneliti diperkenankan mengambil sebagian dari objek populasi yang ditentukan dengan catatan bagian yang diambil tersebut mewakili yang tidak diteliti (*representative*).

Pengertian sampel menurut Burns & Bush (2003:334) “A *sample is a subset of the population that should represent that entire group*”, sampel yaitu sub kelompok populasi yang dapat menggambarkan keseluruhan kelompok. Sedangkan Uma Sekaran (2006:123) menjelaskan bahwa “Sampel adalah sub kelompok atau sebagian dari populasi. Sugiyono (2009:116) menjelaskan bahwa “Sampel yaitu bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.” Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian dari penumpang kereta wisata Bali, kereta wisata Toraja, dan kereta wisata Nusantara.

Untuk menghitung sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin (Husein Umar, 2003:141) yaitu sebagai berikut:

Wulan Sari, 2011

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

Rumus

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan sampel yang dapat ditolerir

Perhitungan Rumus Slovin

n = Sampel

N = 3800

e = 10 %

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{3800}{1 + 3800 * (0.1)^2} = \frac{3800}{39}$$

n = 97.436 dibulatkan menjadi 97

Berdasarkan perhitungan diatas dengan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kelonggaran sebesar 10% maka diperoleh ukuran sampel (n) minimal sebesar 97. Menurut Sugiyono (2009:129) bahwa untuk jaminan ada baiknya sampel selalu ditambah, hal ini lebih aman daripada kurang. Kemudian

Wulan Sari, 2011

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

agar sampel yang digunakan representatif, maka pada penelitian ini ditentukan sampel yang berjumlah 115 responden.

3.5.3 Teknik Sampling

Menurut Sugiyono (2010:62), “Teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian sehingga dapat diperoleh nilai karakteristik perkiraan (*estimate value*)”.

Ulber Silalahi (2009:257) menyatakan “Terdapat beberapa teknik dalam pemilihan sampel, yaitu pemilihan sampel probabilitas digunakan bila keterwakilan sampel adalah penting untuk maksud generalisasi yang lebih luas, sedangkan pemilihan sampel non probabilitas secara umum digunakan jika waktu, biaya, dan faktor-faktor lain lebih penting daripada generalisasi.”

Menurut Ulber Silalahi (2009:272), "Sampel nonprobabilitas adalah teknik pengambilan sampel yang dipilih secara arbitrer oleh peneliti sehingga probabilitas masing-masing anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel tidak diketahui". Dalam penelitian ini teknik yang digunakan adalah *accidental sampling (convenience sampling)*.

Ulber Silalahi (2009:272), "*Convenience sampling* merupakan pemilihan sampel dari siapa saja mereka yang kebetulan ditemukan. Ini mencakup pengumpulan informasi dari anggota populasi yang secara cepat atau sekenanya didapat untuk memberikan informasi tentang suatu hal.”

TABEL 3.4

**PENYEBARAN PROPOSISI SAMPEL PENUMPANG KERETA WISATA BALI,
WISATA TORAJA, DAN WISATA NUSANTARA PT. KERETA API PARIWISATA**

No.	Jenis Kereta Wisata	Perhitungan	Sampel
1.	Kereta wisata Bali	1804/3800 X 115	55
2.	Kereta wisata Toraja	1122/3800 X 115	34
3.	Kereta wisata Nusantara	874/3800 X 115	26
Total			115

Sumber: PT. Kereta Api Pariwisata Tahun 2011

3.6 Teknik Pengumpulan Data, Validitas dan Reliabilitas

3.6.1 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu proses pengadaan data untuk kepentingan penelitian. Menurut Sugiyono (2009:193) menjelaskan bahwa terdapat dua hal utama yang mempengaruhi kualitas data hasil penelitian, yaitu kualitas instrumen penelitian dan kualitas pengumpulan data. Kualitas instrumen penelitian berkenaan dengan validitas dan reliabilitas instrumen dan kualitas pengumpulan data berkenaan dengan ketepatan cara-cara yang digunakan untuk mengumpulkan data. Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis adalah :

1. Kuesioner/Angket

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Jenis kuesioner yang digunakan adalah jenis kuesioner tertutup dimana telah disediakan jawaban sehingga responden hanya tinggal memilih jawaban yang sesuai dengan persepsi masing-masing. Keuntungan dari kuesioner adalah tidak memerlukan hadirnya peneliti, dapat dibagikan secara serentak kepada banyak responden, dapat dijawab oleh responden menurut kecepatannya masing-masing, menurut apa yang responden rasakan, dan menurut waktu

Wulan Sari, 2011

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

kesenggangan responden, dapat dibuat terstandar sehingga bagi semua responden dapat diberi pertanyaan yang benar-benar sama.

2. Studi Literatur

Teknik pengumpulan data juga dilakukan dengan studi literatur yaitu pengumpulan data sekunder dengan cara mempelajari buku atau jurnal, *home page* atau *website* guna memperoleh informasi yang berhubungan dengan teori-teori dan konsep-konsep yang berkaitan dengan masalah penelitian.

3. Wawancara

Sugiyono (2009:194) mengemukakan bahwa 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 yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil.

Penulis menggambarkan dan menyajikan tujuan menggunakan teknik pengumpulan data pada Tabel 3.5 berikut:

TABEL 3.5
TEKNIK PENGUMPULAN DATA

No	Teknik Pengumpulan Data	Sumber Data	Digunakan untuk Tujuan Penelitian		
			T-1	T-2	T-3
1	Wawancara	Kepada <i>Vice President</i> PT. KA Pariwisata	-	√	-
2	Kuesioner	Penumpang kereta wisata yang menggunakan kereta wisata Bali, kereta wisata Toraja, dan kereta wisata Nusantara	√	√	√
3	Studi literatur	Jurnal <i>service experience</i> dan <i>customer satisfaction</i>	-	-	√

Pada penelitian ini, wawancara dilakukan langsung dengan *Vice President*

PT. Kereta Api Pariwisata untuk memperoleh data mengenai profil perusahaan,

data jumlah kunjungan penumpang kereta wisata, dan data kepuasan penumpang kereta wisata yang diberikan PT. Kereta Api Pariwisata kepada para penumpangnya.

3.6.2 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Data merupakan gambaran dari variabel yang diteliti serta berfungsi membentuk hipotesis. Oleh karena itu data menjadi hal yang paling penting dalam suatu penelitian. Benar tidaknya data akan sangat menentukan mutu hasil penelitian. Sedangkan benar tidaknya data tergantung dari baik tidaknya instrumen pengumpulan data. Instrumen yang baik harus memenuhi dua persyaratan penting yaitu valid dan reliabel.

3.6.2.1 Hasil Pengujian Validitas

Data merupakan gambaran variabel yang diteliti dan fungsinya sebagai pembentukan hipotesis sehingga data mempunyai kedudukan paling tinggi dalam suatu penelitian. Kumar menjelaskan bahwa “*Validity is invoked when the argument is made that the measurement so self-evidently reflects or represents the various aspects of the phenomenon that there can be little quarrel with it*”, artinya validitas dibutuhkan ketika pernyataan dibuat mengukur gambaran atau penjelasan yang begitu jelas mengenai berbagai aspek fenomena yang dapat diperkecil perbedaannya. Sedangkan Burns & Bush (2003:291) mengemukakan bahwa “*Validity is defined as the accuracy of the measurement*”, validitas

didefinisikan sebagai ketelitian dari ukuran. Uma Sekaran (2006:42) mengemukakan bahwa validitas memastikan kemampuan sebuah skala untuk mengukur konsep yang dimaksud. Menurut Suharsimi Arikunto (2009:145) yang dimaksud dengan validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan dan kesahan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang berarti memiliki validitas yang rendah. Validitas merupakan sejauhmana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur. Maka dapat disimpulkan bahwa validitas merupakan kemampuan alat ukur untuk mengukur secara benar.

Instrumen yang sah memiliki validitas yang tinggi. Untuk memperoleh instrumen yang valid harus diperhatikan langkah-langkah dalam menyusun instrument yaitu memecah variabel menjadi sub variabel dan indikator, setelah itu memasukkannya ke dalam butir-butir pertanyaan. Apabila langkah tersebut dilakukan, maka dapat dikatakan bahwa instrument tersebut memiliki validitas yang logis. Dikatakan logis karena validitas ini diperoleh dengan suatu usaha hati-hati melalui cara-cara benar sehingga menurut logika akan dicapai suatu tingkat validitas yang dikehendaki.

Rumus yang digunakan untuk menghitung kevalidan dari suatu instrumen yaitu menggunakan *product moment* atau *pearson (Pearson's Product Moment Coefficient of Corelation*, yaitu:

$$r = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n(\sum x^2) - (\sum x)^2\} \{n(\sum y^2) - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan:

R_{xy} = Koefisien korelasi antara variabel bebas dan variabel terikat, dua variabel yang dikorelasikan

X = Skor untuk pernyataan yang dipilih

Y = Skor Total

n = Jumlah responden

Dimana :

r = Koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y, dua variabel yang dikorelasikan.

Sedangkan pengujian keberartian koefisien korelasi (y) dilakukan dengan taraf signifikansi 5%. Rumus uji t yang digunakan sebagai berikut :

$$t = r \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} ; db = n-2$$

Keputusan pengujian validitas item instrumen, adalah sebagai berikut:

1. Nilai r dibandingkan dengan harga r_{tabel} dengan $dk = n-2$ dan taraf signifikansi $\alpha = 0,05$
2. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$
3. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak valid jika $r_{hitung} < r_{tabel}$

Besarnya koefisien korelasi dapat diinterpretasikan dengan menggunakan

Tabel 3.6 berikut :

TABEL 3.6
KOEFISIEN KORELASI

Wulan Sari, 2011

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

Besarnya Nilai	Interpretasi
Antara 0,800 sampai dengan 1,00	Tinggi
Antara 0,600 sampai dengan 0,800	Cukup
Antara 0,400 sampai dengan 0,600	Agak Rendah
Antara 0,200 sampai dengan 0,400	Rendah
Antara 0,00 sampai dengan 0,200	Sangat Rendah

Sumber : Suharsimi Arikunto (2009:164)

Berikut di bawah ini Tabel 3.7 mengenai hasil pengujian validitas berdasarkan pengolahan data menurut kuesioner yang telah disebar kepada penumpang kereta wisata Bali, kereta wisata Toraja, dan kereta wisata Nusantara.

TABEL 3.7
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS VARIABEL (X) ANALISIS SERVICE EXPERIENCE

No.	Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Sig	Ket
Incentive (Pemacu)					
1	Item 1	0.432	0.374	0.031	Valid
2	Item 2	0.491	0.374	0.013	Valid
Accessibility (Aksesibilitas)					
3	Item 1	0.745	0.374	0.000	Valid
4	Item 2	0.651	0.374	0.000	Valid
5	Item 3	0.478	0.374	0.016	Valid
6	Item 4	0.534	0.374	0.006	Valid
Convenience (Kenyamanan)					
7	Item 1	0.569	0.374	0.003	Valid
8	Item 2	0.651	0.374	0.000	Valid
9	Item 3	0.505	0.374	0.010	Valid
10	Item 4	0.521	0.374	0.008	Valid
Utility (Kegunaan)					
11	Item 1	0.492	0.374	0.012	Valid
12	Item 2	0.662	0.374	0.000	Valid
13	Item 3	0.647	0.374	0.000	Valid
14	Item 4	0.703	0.374	0.000	Valid
Environment (Lingkungan)					
15	Item 1	0.759	0.374	0.000	Valid
16	Item 2	0.676	0.374	0.000	Valid
17	Item 3	0.448	0.374	0.025	Valid
18	Item 4	0.550	0.374	0.004	Valid
19	Item 5	0.745	0.374	0.000	Valid
20	Item 6	0.509	0.374	0.009	Valid
21	Item 7	0.527	0.374	0.007	Valid
22	Item 8	0.609	0.374	0.001	Valid

Wulan Sari, 2011

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

23	Item 9	0.437	0.374	0.029	Valid
24	Item 10	0.709	0.374	0.000	Valid
25	Item 11	0.604	0.374	0.001	Valid
26	Item 12	0.410	0.374	0.042	Valid
Benefit (Keuntungan)					
27	Item 1	0.678	0.374	0.000	Valid
28	Item 2	0.655	0.374	0.000	Valid
29	Item 3	0.653	0.374	0.000	Valid
Trust (Kepercayaan)					
30	Item 1	0.578	0.374	0.003	Valid
31	Item 2	0.474	0.374	0.017	Valid
32	Item 3	0.470	0.374	0.018	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2011

Berdasarkan uji validitas yang dilakukan, diperoleh hasil pengujian yang terdapat pada Tabel 3.7 di atas. Pada tabel tersebut dinyatakan bahwa seluruh pertanyaan pada variabel analisis *service experience* yang menyangkut aspek *incentive, accessibility, convenience, utility, environment, benefit, dan trust* dapat dilanjutkan untuk melakukan penelitian. Berikut di bawah ini Tabel 3.8 mengenai hasil pengujian validitas variabel Y kepuasan penumpang kereta wisata PT. Kereta Api Pariwisata:

TABEL 3.8
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS VARIABEL (Y) KEPUASAN PENUMPANG

No.	Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Sig	Ket
Incentive (Pemacu)					
1	Item 1	0.483	0.374	0.014	Valid
2	Item 2	0.600	0.374	0.002	Valid
Accessibility (Aksesibilitas)					
3	Item 1	0.689	0.374	0.000	Valid
4	Item 2	0.675	0.374	0.000	Valid
5	Item 3	0.447	0.374	0.016	Valid
6	Item 4	0.624	0.374	0.001	Valid
Convenience (Kenyamanan)					
7	Item 1	0.598	0.374	0.002	Valid
8	Item 2	0.510	0.374	0.009	Valid
9	Item 3	0.671	0.374	0.000	Valid
10	Item 4	0.609	0.374	0.001	Valid
Utility (Kegunaan)					

Wulan Sari, 2011

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

11	Item 1	0.734	0.374	0.000	Valid
12	Item 2	0.685	0.374	0.000	Valid
13	Item 3	0.714	0.374	0.000	Valid
14	Item 4	0.596	0.374	0.002	Valid
Environment (Lingkungan)					
15	Item 1	0.580	0.374	0.002	Valid
16	Item 2	0.572	0.374	0.003	Valid
17	Item 3	0.513	0.374	0.009	Valid
18	Item 4	0.798	0.374	0.000	Valid
19	Item 5	0.602	0.374	0.001	Valid
20	Item 6	0.693	0.374	0.000	Valid
21	Item 7	0.545	0.374	0.005	Valid
22	Item 8	0.607	0.374	0.001	Valid
23	Item 9	0.639	0.374	0.001	Valid
24	Item 10	0.681	0.374	0.000	Valid
25	Item 11	0.705	0.374	0.000	Valid
26	Item 12	0.568	0.374	0.003	Valid
Benefit (Keuntungan)					
27	Item 1	0.649	0.374	0.000	Valid
28	Item 2	0.671	0.374	0.000	Valid
29	Item 3	0.704	0.374	0.000	Valid
Trust (Kepercayaan)					
30	Item 1	0.505	0.374	0.010	Valid
31	Item 2	0.448	0.374	0.025	Valid
32	Item 3	0.628	0.374	0.001	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2011

Berdasarkan uji validitas yang dilakukan, diperoleh hasil pengujian yang terdapat pada Tabel 3.8 di atas. Pada tabel tersebut dinyatakan bahwa seluruh pertanyaan pada variabel kepuasan penumpang kereta wisata PT. Kereta Api Pariwisata dapat dilanjutkan untuk melakukan penelitian.

3.6.2.2 Hasil Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik. Kumar mendefinisikan reliabilitas sebagai *“Reliability is less important, it is easier to measure, and so receives relatively*

more emphasis”, reliabilitas memiliki sedikit kepentingan, mudah untuk diukur, dan menerima lebih banyak tekanan relatif. Sedangkan Burns & Bush (2003:294) menjelaskan bahwa “*Reliability is the degree to which a respondent is consistent in his or her answer*”, artinya reliabilitas adalah derajat konsistensi responden dalam jawabannya. Menurut Suharsimi Arikunto (2009:158), “Suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik”. Reliabilitas menunjukkan tingkat keterandalan tertentu.

Pengujian reliabilitas instrumen dengan rentang skor antara 1-5 menggunakan rumus *Cronbach alpha* (Husein Umar, 2006:146) yaitu :

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[\frac{1 - \sum \sigma_b^2}{\sigma_1^2} \right]$$

Keterangan:

r_{11} = Reliabilitas instrumen

k = Banyaknya butir pertanyaan

σ_1^2 = Varians total

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varian butir

Ketentuan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika koefisien internal seluruh item (r_i) $\geq r$ tabel dengan tingkat signifikansi 5% maka item pertanyaan dikatakan reliabel.
2. Jika koefisien internal seluruh item (r_i) $> r$ tabel dengan tingkat signifikansi 5% maka item pertanyaan dikatakan reliabel.

Berikut Tabel 3.9 mengenai hasil pengujian reliabilitas berdasarkan hasil pengolahan data dengan bantuan program aplikasi SPSS 15 sebagai berikut:

TABEL 3.9
HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS ANALISIS *SERVICE EXPERIENCE* DALAM
MENCIPTAKAN KEPUASAN PENUMPANG KERETA WISATA PT. KERETA API
PARIWISATA

No	Variabel	Alpha Cronbach	Kesimpulan
1	Analisis <i>Service Experience</i>	0.952	Reliabel
2	Kepuasan Penumpang	0.953	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2011

Tabel 3.9 menunjukkan bahwa hasil pengujian reliabilitas pada penelitian ini untuk analisis *service experience* melalui aspek *incentive*, *accessibility*, *convenience*, *environment*, *utility*, *benefit*, dan *trust* yaitu sebesar 0.952 dan untuk kepuasan penumpang kereta wisata yaitu sebesar 0.953. Hal ini menunjukkan reliabilitas tinggi karena di atas 0.5.

3.7 Rancangan Analisis Data dan Hipotesis

3.7.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif

Penelitian ini menggunakan dua jenis analisis, yaitu analisis deskriptif khususnya bagi variabel yang bersifat kualitatif dan analisis kuantitatif berupa pengujian hipotesis dengan menggunakan uji statistik. Analisis deskriptif digunakan untuk melihat faktor penyebab, sedangkan analisis kuantitatif menitikberatkan dalam pengungkapan perilaku variabel penelitian. Dengan menggunakan kombinasi metode analisis tersebut dapat diperoleh generalisasi yang bersifat komperhensif.

3.7.1.1 Analisis Deskriptif

Pada penelitian ini, analisis deskriptif digunakan untuk mendeskriptifkan variabel-variabel penelitian, diantaranya :

- a. Analisis deskriptif *Service Experience* yang menyangkut aspek *incentive, accessibility, convenience, utility, environment, benefit, dan trust*.
- b. Analisis deskriptif Kepuasan Penumpang kereta wisata dengan dimensi *performance, importance, dan ekspektasi (harapan)*.

3.7.1.2 Analisis Verifikatif

Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket kuesioner. Angket ini disusun oleh penulis berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian, yaitu memberikan keterangan dan data mengenai analisis *service experience* dalam menciptakan kepuasan penumpang kereta wisata PT. Kereta Api Pariwisata.

Variabel bebas atau variabel X dalam penelitian ini adalah *service experience* yang memiliki beberapa dimensi yaitu *incentive, accessibility, convenience, utility, environment, benefit, dan trust*. Dan yang menjadi variabel terikat atau variabel Y adalah kepuasan penumpang dengan dimensi *performance, importance, dan ekspektasi*.

1. *Method of Succesive Interval (MSI)*

Wulan Sari, 2011

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

Penelitian ini menggunakan data ordinal oleh karena itu semua data ordinal terlebih dahulu ditransformasikan menjadi skala interval dengan menggunakan *Method of Succesive Interval* (Harun Al Rasyid, 1994:131). Langkah-langkah untuk melakukan tranformasi data tersebut adalah :

- a. Menghitung frekuensi (f) setiap pilihan jawaban berdasarkan hasil jawaban responden pada setiap pertanyaan
- b. Melakukan perhitungan proporsi (p) pada setiap pilihan jawaban dengan cara membagi frekuensi (f) dengan jumlah responden
- c. Berdasarkan proporsi tersebut untuk setiap pertanyaan, hitung proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban
- d. Untuk setiap pertanyaan, tentukan nilai batas Z (tabel normal) untuk setiap pilihan jawaban
- e. Tentukan nilai interval rata-rata untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan berikut :

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

Data yang sudah berskala interval selanjutnya akan ditentukan data variabel independen dengan variabel dependen serta ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut.

2. Analisis Korelasi

Hubungan dua variabel terdiri dari hubungan positif dan hubungan negatif. Hubungan X dan Y dikatakan positif apabila kenaikan/penurunan X pada umumnya diikuti oleh kenaikan/penurunan Y. Ukuran yang digunakan untuk mengetahui kuat atau tidaknya hubungan X dan Y disebut koefisien korelasi (r). Nilai koefisien korelasi paling sedikit -1 dan paling besar 1 ($-1 \leq r \leq 1$), artinya jika :

- $r = 1$, hubungan X dan Y sempurna dan positif (mendekati 1, hubungan sangat kuat dan positif)
- $r = -1$, hubungan X dan Y sempurna dan negatif (mendekati 1, hubungan sangat kuat dan negatif)
- $r = 0$, hubungan X dan Y lemah sekali atau tidak ada hubungan

Penelitian ini menggunakan koefisien korelasi *Pearson's Product Moment*. X dikatakan mempengaruhi Y, jika berubahnya nilai X akan menyebabkan adanya perubahan nilai Y, artinya naik turunnya X akan membuat nilai Y juga naik turun. Dengan demikian nilai Y ini akan bervariasi, namun variasi nilai Y tersebut tidak semata-mata disebabkan oleh X karena masih ada faktor lain yang menjadi penyebab. Untuk dapat memberi interpretasi terhadap kuatnya hubungan antara variabel X dan Y, maka dapat digunakan pedoman sebagai berikut:

TABEL 3.10
INTERPRETASI KOEFISIEN KORELASI NILAI R

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,80 – 1,000	Sangat Kuat
0,60 – 0,799	Kuat
0,40 – 0,599	Cukup Kuat
0,20 – 0,399	Rendah
0,00 – 0,199	Sangat Rendah

Wulan Sari, 2011

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

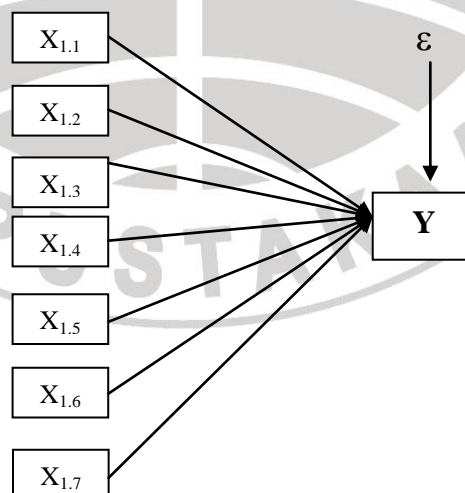
Sumber: Riduwan dan Sunarto (2007:81)

3.7.2 Pengujian Hipotesis

Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *path analysis* (analisis jalur). Analisis jalur digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh variabel independen X yaitu *Service Experience* yang terdiri dari *incentive* ($x_{1.1}$), *accessibility* ($x_{1.2}$), *convenience* ($x_{1.3}$), *utility* ($x_{1.4}$), *environment* ($x_{1.5}$), *benefit* ($x_{1.6}$), dan *trust* ($x_{1.7}$). terhadap variabel dependen Y yaitu Kepuasan Penumpang. Langkah-langkah dalam teknis analisis data adalah sebagai berikut :

a. Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Data penelitian yang sudah berskala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel independen dari semua sampel penelitian. Berdasarkan hipotesis konseptual yang diajukan, terdapat hubungan antara variabel penelitian. Hipotesis tersebut digambarkan dalam sebuah paradigma seperti terlihat pada Gambar 3.1 berikut :



GAMBAR 3.1
STRUKTUR HUBUNGAN KAUSAL ANTARA X DAN Y

Keterangan :

$X_{1,1}$: *Incentive*

$X_{1,2}$: *Accessibility*

$X_{1,3}$: *Convenience*

$X_{1,4}$: *Utility*

$X_{1,5}$: *Environment*

$X_{1,6}$: *Benefit*

$X_{1,7}$: *Trust*

Y : Kepuasan Penumpang kereta wisata

ε : Epsilon (Variabel lain)

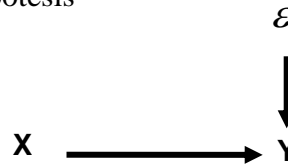
Struktur hubungan di atas, mengisyaratkan bahwa *service experience* berpengaruh pada kepuasan penumpang. Selain itu terdapat faktor-faktor lain yang mempengaruhi hubungan antara X dan Y yaitu variabel residu dan dilambangkan dengan ε namun pada penelitian ini variabel tersebut tidak diperhatikan.

Struktur hubungan antara X dan Y diuji melalui analisis jalur dengan hipotesis yang berbunyi terdapat pengaruh yang signifikan dari *Service Experience* yang menyangkut aspek *incentive* ($x_{1,1}$), *accessibility* ($x_{1,2}$), *convenience* ($x_{1,3}$), *utility* ($x_{1,4}$), *environment* ($x_{1,5}$), *benefit* ($x_{1,6}$), dan *trust* ($x_{1,7}$). terhadap kepuasan penumpang (Y) dengan dimensi *performance*, *importance*, dan ekspektasi (harapan). Pengujian hipotesis dilakukan dengan langkah sebagai berikut :

Wulan Sari, 2011

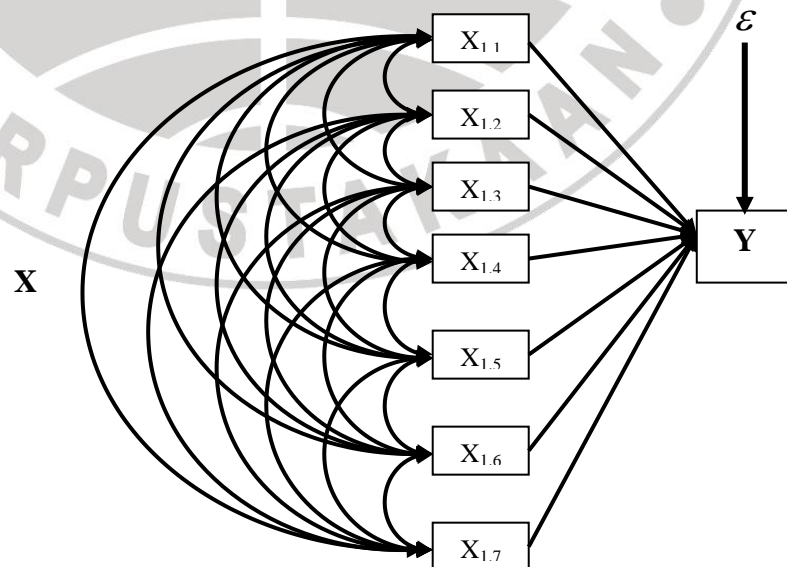
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

a. Menggambar Struktur Hipotesis



GAMBAR 3.2
DIAGRAM JALUR HIPOTESIS

b. 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 3.3 berikut:



GAMBAR 3.3
DIAGRAM JALUR SUB STRUKTUR HIPOTESIS

c. Pengujian Koefisien Jalur

Sebelum mengambil kesimpulan mengenai hubungan kausal yang telah digambarkan dalam diagram jalur, terlebih dahulu diuji keberartian untuk setiap koefisien jalur yang telah dihitung dengan hipotesis statistik yang akan diuji :

$H_0 : p_{yxi} = 0$ melawan $H_1 : p_{yxi} \neq 0$

$H_0 : p_{yxi} \leq 0$ melawan $H_1 : p_{yxi} > 0$

Rumus pengujian

$$t_i = \frac{p_{YX_i}}{\sqrt{\frac{(1 - R_{YX_1X_2...X_5}^2) CR_{ii}}{n - k - 1}}} \quad i = 1, 2, \dots$$

statistik uji di atas mengikuti distribusi t dengan derajat bebas n-k-1

Pengujian koefisien jalur dengan menggunakan spss 17.0

Menguji pengaruh langsung maupun tidak langsung dari setiap variabel.

Pengaruh X terhadap Y:

Pengaruh $X_{1,1}$ terhadap Y

Pengaruh langsung $= PYX_{1,1} \cdot PYX_{1,1}$

Pengaruh tidak langsung melalui $X_{1,2}$ $= PYX_{1,1} \cdot r_{X_{1,1}X_{1,2}} \cdot PYX_{1,2}$

Pengaruh tidak langsung melalui $X_{1,3}$ $= PYX_{1,1} \cdot r_{X_{1,1}X_{1,3}} \cdot PYX_{1,3}$

Wulan Sari, 2011

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

$$\text{Pengaruh tidak langsung melalui } X_{1,4} = PYX_{I,1} \cdot rX_{1,1}X_{1,4} \cdot PYX_{1,4}$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung melalui } X_{1,5} = PYX_{I,1} \cdot rX_{1,1}X_{1,5} \cdot PYX_{1,5}$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung melalui } X_{1,6} = PYX_{I,1} \cdot rX_{1,1}X_{1,6} \cdot PYX_{1,6}$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung melalui } X_{1,7} = \underline{PYX_{I,1} \cdot rX_{1,1}X_{1,7} \cdot PYX_{1,7}}$$

Pengaruh $X_{1,2}$ terhadap Y

$$\text{Pengaruh langsung} = PYX_{1,2} \cdot PYX_{1,2}$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung melalui } X_{1,1} = PYX_{1,2} \cdot rX_{1,2}X_{1,1} \cdot PYX_{1,1}$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung melalui } X_{1,3} = PYX_{1,2} \cdot rX_{1,2}X_{1,3} \cdot PYX_{1,3}$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung melalui } X_{1,4} = PYX_{1,2} \cdot rX_{1,2}X_{1,4} \cdot PYX_{1,4}$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung melalui } X_{1,5} = PYX_{1,2} \cdot rX_{1,2}X_{1,5} \cdot PYX_{1,5}$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung melalui } X_{1,6} = PYX_{1,2} \cdot rX_{1,2}X_{1,6} \cdot PYX_{1,6}$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung melalui } X_{1,7} = \underline{PYX_{1,2} \cdot rX_{1,2}X_{1,7} \cdot PYX_{1,7}}$$

Pengaruh $X_{1,3}$ terhadap Y

$$\text{Pengaruh langsung} = PYX_{1,3} \cdot PYX_{1,3}$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung melalui } X_{1,1} = PYX_{1,3} \cdot rX_{1,3}X_{1,1} \cdot PYX_{1,1}$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung melalui } X_{1,2} = PYX_{1,3} \cdot rX_{1,3}X_{1,2} \cdot PYX_{1,2}$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung melalui } X_{1,4} = PYX_{1,3} \cdot rX_{1,3}X_{1,4} \cdot PYX_{1,4}$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung melalui } X_{1,5} = PYX_{1,3} \cdot rX_{1,3}X_{1,5} \cdot PYX_{1,5}$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung melalui } X_{1,6} = PYX_{1,3} \cdot rX_{1,3}X_{1,6} \cdot PYX_{1,6}$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung melalui } X_{1,7} = \underline{PYX_{1,3} \cdot rX_{1,3}X_{1,7} \cdot PYX_{1,7}}$$

Pengaruh $X_{1,4}$ terhadap Y

$$\text{Pengaruh langsung} = PYX_{1,4} \cdot PYX_{1,4}$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung melalui } X_{1,1} = PYX_{1,4} \cdot rX_{1,4}X_{1,1} \cdot PYX_{1,1}$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung melalui } X_{1,2} = PYX_{1,4} \cdot rX_{1,4}X_{1,2} \cdot PYX_{1,2}$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung melalui } X_{1,3} = PYX_{1,4} \cdot rX_{1,4}X_{1,3} \cdot PYX_{1,3}$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung melalui } X_{1,5} = PYX_{1,4} \cdot rX_{1,4}X_{1,5} \cdot PYX_{1,5}$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung melalui } X_{1,6} = PYX_{1,4} \cdot rX_{1,4}X_{1,6} \cdot PYX_{1,6}$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung melalui } X_{1,7} = \underline{PYX_{1,4} \cdot rX_{1,4}X_{1,7} \cdot PYX_{1,7} \pm}$$

Pengaruh $X_{1,5}$ terhadap Y

$$\text{Pengaruh langsung} = PYX_{1,5} \cdot PYX_{1,5}$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung melalui } X_{1,1} = PYX_{1,5} \cdot rX_{1,5}X_{1,1} \cdot PYX_{1,1}$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung melalui } X_{1,2} = PYX_{1,5} \cdot rX_{1,5}X_{1,2} \cdot PYX_{1,2}$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung melalui } X_{1,3} = PYX_{1,5} \cdot rX_{1,5}X_{1,3} \cdot PYX_{1,3}$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung melalui } X_{1,4} = PYX_{1,5} \cdot rX_{1,5}X_{1,4} \cdot PYX_{1,4}$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung melalui } X_{1,6} = PYX_{1,5} \cdot rX_{1,5}X_{1,6} \cdot PYX_{1,6}$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung melalui } X_{1,7} = \underline{PYX_{1,5} \cdot rX_{1,5}X_{1,7} \cdot PYX_{1,7} \pm}$$

Pengaruh $X_{1,6}$ terhadap Y

$$\text{Pengaruh langsung} = PYX_{1,6} \cdot PYX_{1,6}$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung melalui } X_{1,1} = PYX_{1,6} \cdot rX_{1,6}X_{1,1} \cdot PYX_{1,1}$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung melalui } X_{1,2} = PYX_{1,6} \cdot rX_{1,6}X_{1,2} \cdot PYX_{1,2}$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung melalui } X_{1,3} = PYX_{1,6} \cdot rX_{1,6}X_{1,3} \cdot PYX_{1,3}$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung melalui } X_{1,4} = PYX_{1,6} \cdot rX_{1,6}X_{1,4} \cdot PYX_{1,4}$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung melalui } X_{1,5} = PYX_{1,6} \cdot rX_{1,6}X_{1,5} \cdot PYX_{1,5}$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung melalui } X_{1,7} = \underline{PYX_{1,6} \cdot rX_{1,6}X_{1,7} \cdot PYX_{1,7} \pm}$$

Pengaruh $X_{1,7}$ terhadap Y

Pengaruh langsung	$= PYX_{1,7} \cdot PYX_{1,7}$
Pengaruh tidak langsung melalui $X_{1,1}$	$= PYX_{1,7} \cdot r_{X_{1,7}X_{1,1}} \cdot PYX_{1,1}$
Pengaruh tidak langsung melalui $X_{1,2}$	$= PYX_{1,7} \cdot r_{X_{1,7}X_{1,2}} \cdot PYX_{1,2}$
Pengaruh tidak langsung melalui $X_{1,3}$	$= PYX_{1,7} \cdot r_{X_{1,7}X_{1,3}} \cdot PYX_{1,3}$
Pengaruh tidak langsung melalui $X_{1,4}$	$= PYX_{1,7} \cdot r_{X_{1,7}X_{1,4}} \cdot PYX_{1,4}$
Pengaruh tidak langsung melalui $X_{1,5}$	$= PYX_{1,7} \cdot r_{X_{1,7}X_{1,5}} \cdot PYX_{1,5}$
Pengaruh tidak langsung melalui $X_{1,6}$	$= PYX_{1,7} \cdot r_{X_{1,7}X_{1,6}} \cdot PYX_{1,6} \pm$

d. Pengujian Hipotesis Secara Keseluruhan

Jika hipotesis penelitian tersebut dinyatakan ke dalam hipotesis statistik adalah:

$$H_0 : p_{YX_1} = p_{YX_2} = \dots = p_{YX_p} = 0$$

$$H_1 : \text{sekurang-kurangnya ada sebuah } p_{YX_i} \neq 0, i = 1, 2, 3, \dots, p$$

Statistik uji yang digunakan adalah:

$$F = \frac{(n-k-1) \sum_{i=1}^k p_{YX_i} r_{YX_i}}{k \left(1 - \sum_{i=1}^k p_{YX_i} r_{YX_i} \right)}$$

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

$$P_{Y\varepsilon} = \sqrt{1 - R^2_{Y(X_1, X_2, \dots, X_5)}}$$

Secara statistik hipotesis yang akan di uji berada pada taraf kesalahan 0,05

dengan derajat kebebasan $dk (n-2)$. Kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis pada penelitian ini dapat ditulis sebagai berikut:

1. $H_0 : \rho = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *service experience* yang menyangkut aspek *incentive, accessibility, convenience, utility, environment, benefit* dan *trust* dalam menciptakan kepuasan penumpang.
2. $H_0 : \rho > 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *service experience* yang menyangkut aspek *incentive, accessibility, convenience, utility, environment, benefit* dan *trust* dalam menciptakan kepuasan penumpang.