

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan

Kehadiran Kereta Api di Indonesia ditandai dengan pencangkulan pertama pembangunan jalan KA di desa Kemijen Jumat tanggal 17 Juni 1864 oleh Gubernur Jenderal Hindia Belanda, Mr. L.A.J Baron Sloet van de Beelee. Pembangunan diprakarsai oleh "Naamlouze Venootschap Nederlandsch Indische Spoorweg Maatschapij" (NV.NISM).

Setelah kemerdekaan Indonesia diproklamkan, karyawan Kereta Api yang tergabung dalam "Angkatan Moeda Kereta Api"(AMKA) pengambil alihan perkeretaapian dari pihak Jepang. Setelah lepas dari pengelolaan pihak Jepang maka di bentuklah Djawatan Kereta Api Indonesia (DKARI).

Meskipun DKARI telah terbentuk, namun tidak semua perusahaan Kereta Api telah menyatu. Sedikitnya ada 11 perusahaan Kereta Api swasta di Jawa dan 1 swasta di Sumatra Utara yang masih terpisah dari DKARI. Lima tahun kemudian berdasarkan keputusan Menteri Perhubungan, Tenaga dan Pekerjaan Umum No.2 Tanggal 6 Januari 1950, ditetapkan bahwa mulai 1 Januari 1950 DKARI dan perusahaan kereta api swasta digabung menjadi satu perusahaan kereta api yang bernama Djawatan Kereta Api (DKA).

Dalam rangka pembenahan badan usaha, pemerintah mengeluarkan UU No.19 Tahun 1960, yang menetapkan bentuk usaha BUMN, atas dasar UU ini dengan PP No.22 Tahun 1963, tanggal 25 Mei 1963 dibentuk Perusahaan Negara

Kereta Api (PNKA), sehingga DKA dilebur ke dalamnya. Sejak itu semua perusahaan kereta api di Indonesia terintegrasi ke dalam satu wadah PNKA, termasuk kereta api di Sumatra Utara yang sebelumnya dikelola DSM.

Masih dalam rangka pembenahan BUMN, pemerintah mengeluarkan UU No.9 tahun 1969 tanggal 1 Agustus 1969, yang menetapkan jenis BUMN menjadi tiga Perseroan, Perusahaan Umum dan Perusahaan Jawatan. Sejalan dengan UU yang dimaksud, berdasarkan PP No.61 Tahun 1971 tanggal 15 September 1971, bentuk perusahaan PNKA mengalami perubahan menjadi Perusahaan Jawatan Kereta Api (PJKA).

Selanjutnya, berdasarkan PP No.57 Tahun 1990, pada tanggal 2 Januari 1991, PJKA mengalami perubahan menjadi Perusahaan Umum Kereta Api disingkat Perumka. Sejalan dengan perubahan status ini, kinerja perkeretaapian di Indonesia semakin membaik.

Berikutnya dalam rangka *loan agreement* No.4106-IND tanggal 15 Januari 1997 berupa bantuan proyek dari Bank Dunia, yang kemudian lebih dikenal dengan *Railway Efficiency Project* (REP), dirumuskan langkah-langkah pengembangan perkeretaapian. Sasaran pengembangan diarahkan pada peningkatan dan kualitas pelayanan, yang ditempuh melalui 8 kebijakan yaitu:

- a. Memperjelas peranan antar pemilik, pengatur, dan pengelola.
- b. Melakukan restrukturisasi Perumka, termasuk merubah status Perum menjadi PT.
- c. Kebijaksanaan pentarifan dengan pemberian kompensasi dari pemerintah kepada Perumka atau KA non komersial, yang tarifnya ditetapkan oleh pemerintah.

- d. Rencana jangka panjang dituangkan dalam Perencanaan Perusahaan, yang dijabarkan ke dalam rencana kerja anggaran perusahaan secara tahunan.
- e. Penggunaan pengaturan dan prosedur dalam setiap kegiatan.
- f. Peningkatan peran serta sektor swasta.
- g. Peningkatan sumber daya manusia.
- h. Pembangunan yang berwawasan lingkungan dan keselamatan masyarakat.

Sejalan dengan maksud tersebut, dengan PP No.19 Tahun 1998, pemerintah menetapkan pengalihan bentuk Perum menjadi PT. Prosesi perubahan status perusahaan dari perum menjadi persero secara de-facto dilakukan tanggal 1 juni 1999, saat Menhub Giri S Hadiharjono mengukuhkan susunan direksi PT Kereta Api di Bandung.

Restrukturisasi di Perkeretaapian

Ada dua faktor pendorong yang menjadi acuan dalam restrukturisasi dalam tubuh perkeretaapian di Indonesia yaitu :

Tekanan Eksternal :

- Deregulasi
- Perubahan kebutuhan konsumen
- Pangsa KA statis atau menurun
- Perubahan trend atau regulasi internasional gerakan privatisasi
- Penerapan teknologi baru

Tekanan Internal :

- Deregulasi kinerja finansial yang tidak memuaskan
- Mendesaknya kebutuhan modal dan dana utang pemerintah yang membengkak
- Tekanan swadana untuk mendapatkan return investasi
- Tekanan karyawan/serikat pekerja
- Produktivitas aset rendah
- Memenuhi komitmen untuk memelihara infrastruktur
- Tekanan untuk mengembangkan pelayanan

Arahan restrukturisasi Perkeretaapian telah ditetapkan untuk merubah basis organisasi yang semula fungsional menjadi *process based organization* yang meliputi kegiatan seperti revitalisasi bisnis, reorganisasi, rekapitalisasi, dan *re-engineering management*.

Tahapan restrukturisasi perkeretaapian Indonesia terjadi saat perubahan status PJKA menjadi Perumka 2 Januari 1991. Tahapan kedua saat terjadi alih status dari Perumka menjadi PT melalui PP 19/1998 19 Januari 1998.

Jumlah armada terbesar Kereta kelas ekonomi, disusul kemudian KRL dan KRD. Khusus KRD tidak ada investasi baru karena dinilai tidak ekonomis, karena hanya andal untuk trayek jarak pendek. Dalam rangka meningkatkan kapasitas angkut pada setiap KA, beberapa KA saat ini tidak dilengkapi dengan Kereta Pembangkit (BP), genset pembangkit tenaga listrik ditempatkan menyatu dengan Kereta Makan (KM).

Profil Sumber Daya Manusia

Untuk menyelenggarakan peralihan bagi SDM PT. KAI, dibentuk divisi pelatihan yang berkedudukan di Bandung, dibantu dengan 5 Balai Pelatihan, yaitu :

- a. Balai Pelatihan Operasi dan Manajemen (calon PPKA, PAP dan Kondektur)
- b. Balai Pelatihan Teknik Traksi Yogyakarta (calon Masinis/asisten masinis, dan teknisi)
- c. Balai Pelatihan Teknik Perkeretaapian Bekasi (calon SDM di lintas Jabotabek + Teknisi Rel)
- d. Balai Pelatihan Teknik Sinyal dan Telekomunikasi (Sintelis)
- e. Balai Pelatihan Manajerial (untuk pelatihan penjenjangan manajerial)
- f. Balai Assesmen.

Profil Kinerja Pelayanan

Peningkatan Pelayanan

Meningkatkan kapasitas angkut dengan merencanakan armada Kereta Rel Diesel Elektrik yang akan dioperasikan pada koridor Bandung-Jakarta PP. Meminimalkan eksep pelayanan akibat kesenjangan penawaran dan permintaan dengan meningkatkan keandalan jaringan *on-line ticketing* melalui ATM Perbankan. Di bidang sarana-sarana, diupayakan pemenuhan standar pelayanan minimum pada semua kelas KA, ekonomi, bisnis dan eksekutif.

VISI DAN MISI PT. KAI

🚦 *Visi*

Terwujudnya kereta api sebagai pilihan utama jasa transportasi yang mengutamakan keselamatan, kehandalan dan pelayanan.

🚦 *Misi*

Mewujudkan jasa pelayanan transportasi massal dengan menghasilkan jasa sesuai kebutuhan pelanggan dan stakeholders, tingkat keselamatan dan pelayanan serta penyelenggaraan yang semakin efisien.

4.2. **Tanggapan Responden Terhadap Strategi *Flat rate Pricing***

Variabel yang diteliti pada penelitian ini adalah strategi *flat rate pricing* yang menggunakan teori harga untuk dimensi variabel X yang terdiri dari: manfaat, daya beli, reputasi perusahaan, dan produk pesaing. Penelitian ini dilakukan untuk meneliti tanggapan responden mengenai variabel-variabel tersebut melalui penyebaran kuesioner, dimana yang menjadi responden ini adalah pengguna jasa KRD PATAS jurusan Bandung-Cicalengka, yang terdiri dari 100 responden.

4.2.1 **Tanggapan Responden Terhadap Strategi *Flat Rate Pricing* Dimensi Manfaat**

Berdasarkan data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner terhadap 100 responden, maka dapat diketahui sejauh mana responden merasakan manfaat dari penetapan tarif *flat rate*. Adapun tanggapan responden mengenai *flate rate*

pricing indikator manfaat harga dilihat dari aspek nilai kesesuaian harga tiket KRD PATAS dengan manfaat yang dirasakan, kesesuaian harga dengan pilihan produk, dan kesesuaian harga dengan yang dijanjikan PT.KAI saat menggunakan KRD PATAS. Dari hasil analisis data yang telah dilakukan, berikut ini data mengenai rekapitulasi skoring indikator dari manfaat harga yang disajikan pada Tabel 4.1 :

**TABEL 4.1
REKAPITULASI SKORING DATA DIMENSI
MANFAAT**

n	Indikator	Skor
100	Tingkat kesesuaian harga dengan manfaat yang dirasakan	333
	Tingkat kesesuaian harga dengan pilihan produk	380
	Tingkat kesesuaian harga dengan yang dijanjikan PT.KAI	354
	Total Skor	1067

Sumber: Diolah dari hasil penelitian tahun 2008

Tabel 4.1 menunjukkan bahwa skor indikator dari manfaat harga yaitu tingkat kesesuaian harga dengan pilihan produk memperoleh skor tertinggi sebesar 380, tingkat kesesuaian harga dengan yang dijanjikan PT.KAI memperoleh skor 354 dan yang memperoleh skor terendah adalah tingkat kesesuaian harga dengan manfaat yang dirasakan dengan skor 333. Sedangkan untuk mencari daerah kontinum yang menunjukkan wilayah ideal dari tanggapan responden terhadap manfaat harga, berdasarkan rumus menurut Sugiyono (2008:135) adalah sebagai berikut:

Mencari skor tertinggi Kesesuaian harga dengan manfaat

$$\text{Skor Ideal} = \text{Skor Tertinggi} \times \text{Jumlah Butir Pertanyaan} \times \text{Jumlah Responden}$$

$$\text{Skor Ideal} = 5 \times 3 \times 100 = 1500$$

Mencari Skor Terendah Kesesuaian harga dengan manfaat

$$\text{Skor Terendah} = \text{Skor Terendah} \times \text{Jum. Butir Pertanyaan} \times \text{Jumlah Responden}$$

$$\text{Skor Terendah} = 1 \times 3 \times 100 = 300$$

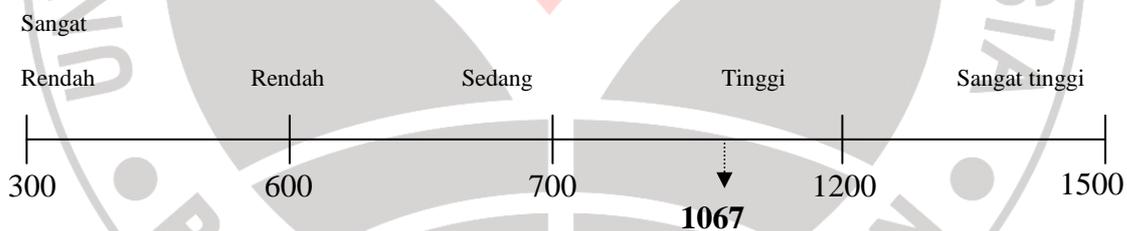
Mencari Panjang Interval Kelas Kesesuaian harga dengan manfaat

$$\text{Panjang Interval Kelas} = \text{Skor Ideal} : \text{Banyak Kelas Interval}$$

$$\text{Panjang Interval Kelas} = 1500 : 5 = 300$$

Berdasarkan jumlah skor hasil pengumpulan data manfaat harga adalah 1067 (dapat dilihat pada Tabel 4.1). Dengan demikian, maka manfaat harga menurut persepsi 100 responden adalah $(1067 : 1000) \times 100\% = 106,7$

Hal ini secara kontinum dapat dibuat kategori sebagai berikut:



Sumber: Hasil pengolahan data 2008

GAMBAR 4.1
HASIL KONTINUM DIMENSI MANFAAT HARGA

Nilai 1067 sesuai dengan data penelitian, termasuk dalam kategori sedang dan tinggi, tetapi lebih mendekati kategori tinggi. Jadi tanggapan responden mengenai manfaat harga yang dirasakan dalam kategori tinggi. Sehingga dengan demikian peneliti menilai baik terhadap manfaat harga yang ditetapkan PT. KAI

baiknya manfaat dari harga yang ditetapkan dapat dilihat dari indikator-indikator berikut ini:

1. Tanggapan Responden Terhadap Manfaat untuk Kesesuaian Harga Dengan Manfaat Yang Dirasakan

Tabel 4.2 di bawah ini merupakan hasil tanggapan responden mengenai kesesuaian harga dengan manfaat yang dirasakan pada saat menggunakan KRD PATAS:

TABEL 4.2
KESESUAIAN HARGA DENGAN MANFAAT YANG DIRASAKAN

Pernyataan	Alternatif Jawaban	Frequency	Persentase (%)
Kesesuaian harga dengan manfaat yang dirasakan	sangat tidaksetuju	2	2
	tidak setuju	20	20
	cukup setuju	36	36
	setuju	27	27
	sangat setuju	15	15
	Total	100	100
	Skor	333	

Sumber: Hasil pengolahan data 2008

Tabel 4.2 menunjukkan bahwa sebagian besar responden yaitu 36 orang atau 36% dari 100 rresponden menyatakan cukup setuju, sedangkan yang menyatakan setuju ada sebanyak 27 responden atau 27%. Selanjutnya responden yang menyatakan sangat setuju ada sebanyak 15 orang atau sekitar 15%, responden yang menyatakan tidak setuju ada sebanyak 20 orang atau 20% dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju ada sebanyak 2 orang atau 2%.

Berdasarkan rumus menurut Sugiyono (2008:135), untuk mencari daerah kontinum yang menunjukkan wilayah ideal dari tanggapan responden terhadap tingkat kesesuaian harga dengan manfaat yang dirasakan saat menggunakan KRD PATAS, maka dapat diketahui:

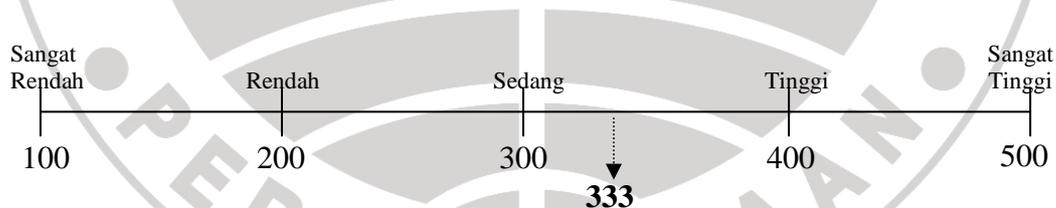
$$\text{Skor Ideal} = 5 \times 1 \times 100 = 500$$

$$\text{Skor Terendah} = 1 \times 1 \times 100 = 100$$

$$\text{Panjang Interval Kelas} = 500 : 5 = 100$$

Jumlah skor tanggapan responden terhadap kesesuaian harga dengan manfaat yang dirasakan saat menggunakan KRD PATAS yaitu 333, maka tanggapan 100 responden terhadap kesesuaian harga dengan manfaat yang dirasakan saat menggunakan KRD PATAS adalah $(333 : 500) \times 100\% = 66,6\%$.

Hal ini secara kontinum dapat dibuat kategori sebagai berikut:



Sumber: Hasil pengolahan data 2008

GAMBAR 4.2

HASIL KONTINUM TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP TINGKAT KESESUAIAN HARGA DENGAN MANFAAT YANG DIRASAKAN SAAT MENGGUNAKAN KRD PATAS

Nilai 333 sesuai dengan data penelitian termasuk dalam kategori sedang dan tinggi, tetapi lebih mendekati kategori sedang. Jadi tanggapan responden

terhadap tingkat kesesuaian harga dengan manfaat yang dirasakan saat menggunakan KRD PATAS termasuk dalam kategori sedang atau cukup baik. Sehingga dengan demikian peneliti menilai cukup baik terhadap tingkat kesesuaian harga dengan manfaat yang dirasakan saat menggunakan KRD PATAS. Hal tersebut dapat dilihat dari sebagian besar responden yaitu 36 orang atau sebesar 36% dari 100 orang responden menyatakan cukup setuju, sedangkan responden yang menyatakan setuju ada sebanyak 27 orang atau sebanyak 27%. Selanjutnya responden yang menyatakan tidak setuju ada sebanyak 20 orang atau 20%, responden yang menyatakan sangat setuju ada sebanyak 15 orang atau 15% dan responden yang menyatakan pendapat sangat tidak setuju ada sebanyak 2 orang atau 2 0%.

Data yang diperoleh dari Tabel 4.2 dapat ditampilkan dalam bentuk Gambar 4.3 berikut.



Sumber : Hasil pengolahan data 2008

GAMBAR 4.3
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP KESESUAIAN HARGA
DENGAN MANFAAT YANG DIRASAKAN

2. Tanggapan Responden Terhadap Manfaat untuk Kesesuaian Harga Dengan Pilihan Produk

Tabel di bawah ini merupakan hasil tanggapan responden mengenai kesesuaian harga dengan pilihan produk yang ada pada saat memilih menggunakan jasa KRDPATAS:

TABEL 4.3
KESESUAIAN HARGA DENGAN PILIHAN PRODUK YANG ADA

Pernyataan	Alternatif Jawaban	Frequency	Persentase (%)
Kesesuaian harga dengan pilihan produk yang ada	tidak setuju	4	4
	cukup setuju	37	37
	setuju	34	34
	sangat setuju	25	25
	Total	100	100
	Skor	380	

Sumber : Hasil pengolahan data 2008

Tabel 4.3 menunjukkan bahwa sebagian besar responden yaitu sebanyak 37 orang atau 37% dari 100 responden menyatakan cukup setuju, responden yang menyatakan setuju ada 34 orang atau 34% selanjutnya sebanyak 25 responden atau 25% menyatakan sangat setuju dan ada 4 orang responden yang menyatakan tidak setuju, tidak ada responden yang menyatakan pendapat sangat tidak setuju atau 0%.

Berdasarkan rumus menurut Sugiyono (2008:135), untuk mencari daerah kontinum yang menunjukkan wilayah ideal dari tanggapan responden terhadap kesesuaian harga dengan pilihan produk yang ada, maka dapat diketahui:

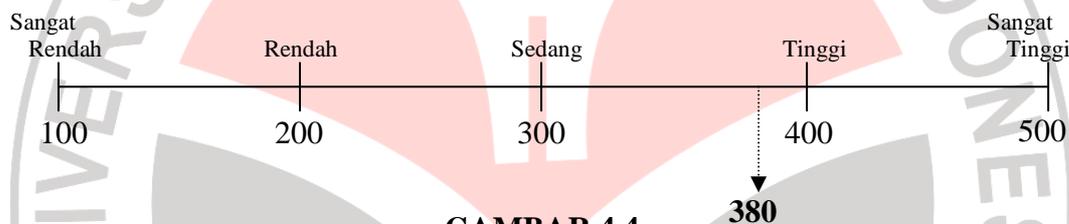
$$\text{Skor Ideal} = 5 \times 1 \times 100 = 500$$

$$\text{Skor Terendah} = 1 \times 1 \times 100 = 100$$

$$\text{Panjang Interval Kelas} = 500 : 5 = 100$$

Jumlah skor tanggapan responden terhadap kesesuaian harga dengan pilihan produk adalah 380, maka tanggapan 100 responden terhadap kesesuaian harga dengan pilihan produk adalah $(380 : 500) \times 100\% = 76\%$

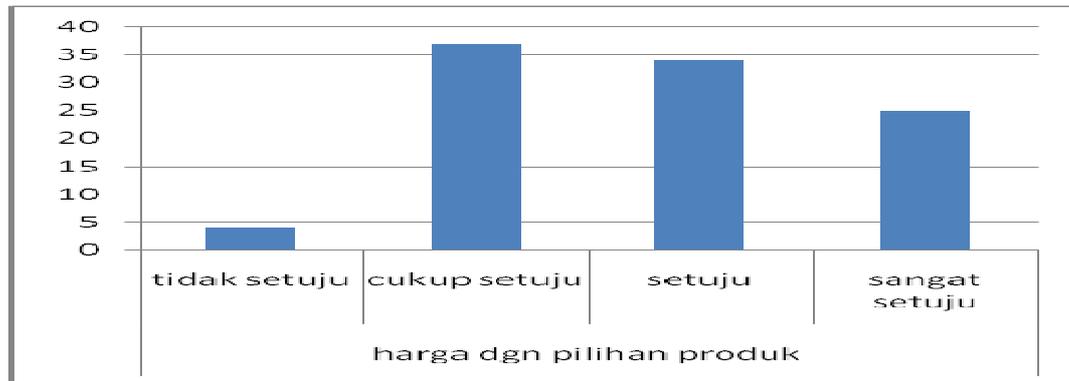
Hal tersebut secara kontinum dapat dibuat kategori sebagai berikut:



GAMBAR 4.4
HASIL KONTINUM TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP
KESESUAIAN HARGA DENGAN PILIHAN PRODUK

Nilai 380 sesuai dengan data penelitian termasuk dalam kategori sedang dan tinggi, tetapi lebih mendekati tinggi. Jadi, tanggapan responden terhadap kesesuaian harga dengan pilihan produk termasuk dalam kategori tinggi atau baik, Sehingga dengan demikian peneliti menilai baik terhadap tingkat kesesuaian harga dengan pilihan produk pada KRD PATAS. Hal tersebut dapat dilihat dari sebagian besar responden yaitu 37 orang atau 37% menyatakan cukup setuju.

Data yang diperoleh dari Tabel 4.3 dapat ditampilkan dalam bentuk Gambar 4.5 berikut.



Sumber : Hasil pengolahan data 2008

GAMBAR 4.5
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP KESESUAIAN HARGA
DENGAN PILIHAN PRODUK YANG ADA

3. Tanggapan Responden Terhadap Manfaat untuk Kesesuaian Harga Dengan Manfaat Yang Dijanjikan

Tabel di bawah ini merupakan hasil tanggapan responden mengenai kesesuaian harga dengan manfaat yang dijanjikan oleh PT.KAI ketika menggunakan jasa KRD PATAS:

TABEL 4.4
KESESUAIAN HARGA DENGAN MANFAAT YANG DIJANJIKAN

Pernyataan	Alternatif Jawaban	Frequency	Persentase (%)
Kesesuaian harga dgn manfaat yg dijanjikan	tidak setuju	15	15
	cukup setuju	32	32
	setuju	37	37
	sangat setuju	16	16
	Total	100	100
	Skor	354	

Sumber : Hasil pengolahan data 2008

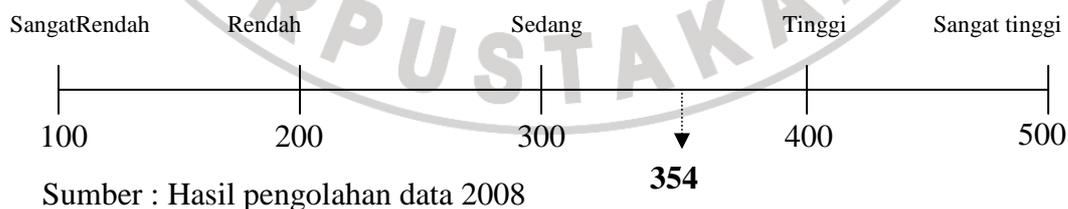
Tabel 4.4 menunjukkan bahwa sebagian besar responden yaitu sebanyak 37 orang atau 37% dari 100 responden menyatakan setuju, sedangkan responden yang menyatakan cukup setuju ada sebanyak 32 orang atau sebanyak 32%. Selanjutnya responden yang menyatakan sangat setuju ada sebanyak 16 orang atau 16% dan yang menyatakan tidak setuju ada sebanyak 15 orang atau 15% dan tidak ada responden yang menyatakan pendapat sangat tidak setuju atau 0%.

Berdasarkan rumus menurut Sugiyono (2008:135), untuk mencari daerah kontinum yang menunjukkan wilayah ideal dari tanggapan responden terhadap kesesuaian harga dengan manfaat yang dijanjikan pada saat menggunakan KRD PATAS, maka dapat diketahui:

$$\begin{aligned} \text{Skor Ideal} &= 5 \times 1 \times 100 = 500 \\ \text{Skor Terendah} &= 1 \times 1 \times 100 = 100 \\ \text{Panjang Interval Kelas} &= 500 : 5 = 100 \end{aligned}$$

Jumlah skor tanggapan responden terhadap kesesuaian harga dengan manfaat yang dijanjikan adalah 354, maka tanggapan 100 responden terhadap kesesuaian harga dengan manfaat yang dijanjikan adalah $(354 : 500) \times 100\% = 70,8\%$

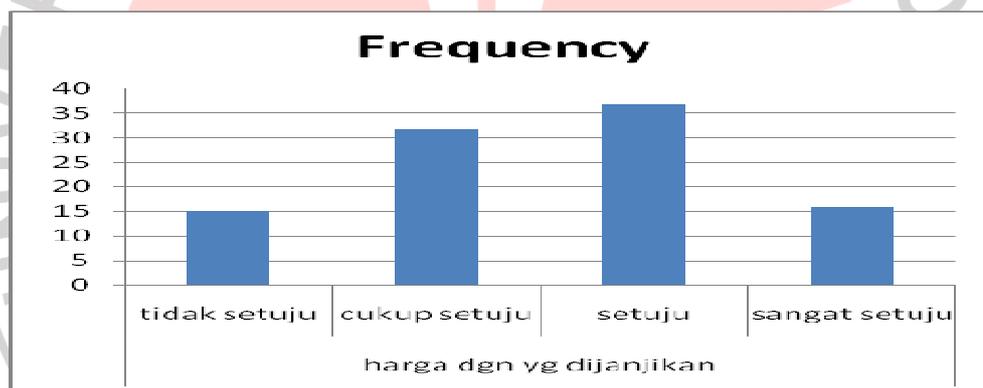
Hal tersebut secara kontinum dapat dibuat kategori sebagai berikut.



GAMBAR 4.6

**HASIL KONTINUM KESESUAIAN HARGA DENGAN MANFAAT
YANG DIJANJIKAN**

Nilai 354 sesuai dengan data penelitian termasuk dalam kategori sedang dan tinggi, tetapi lebih mendekati sedang. Jadi, tanggapan responden terhadap kesesuaian harga dengan manfaat yang dijanjikan perusahaan pada saat menggunakan KRDP PATAS termasuk dalam kategori sedang atau cukup baik. Sehingga dengan demikian peneliti menilai cukup baik terhadap tingkat kesesuaian harga dengan yang dijanjikan perusahaan pada KRDP PATAS. Hal tersebut dapat dilihat dari sebagian besar responden yaitu 37 orang atau 37% menyatakan setuju. Data yang diperoleh dari Tabel 4.4 dapat ditampilkan dalam bentuk Gambar 4.7:



Sumber : Hasil pengolahan data 2008

GAMBAR 4.7
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP KESESUAIAN HARGA
DENGAN MANFAAT YANG DIJANJIKAN

4.2.2 Tanggapan Responden Terhadap Strategi *Flat Rate Pricing* Dimensi

Daya beli

Berdasarkan data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner terhadap 100 responden, maka dapat diketahui sejauh mana daya beli konsumen terhadap

penetapan tarif *flat rate*. Adapun tanggapan responden mengenai *flate rate pricing* indikator daya beli dilihat dari aspek daya beli harga tiket harian dan harga tiket bulanan (berlangganan). Dari hasil analisis data yang telah dilakukan, berikut ini data mengenai rekapitulasi skoring indikator dari daya beli yang disajikan pada Tabel 4.5:

TABEL 4.5
REKAPITULASI SKORING DATA DIMENSI
DAYA BELI

n	Indikator	Skor
100	Harga tiket harian KRD PATAS	344
	Harga tiket bulanan KRD PATAS (berlangganan)	308
	Total Skor Daya Beli	652

Sumber: Diolah dari hasil penelitian tahun 2008

Tabel 4.5 menunjukkan bahwa skor indikator dari daya beli yaitu keterjangkauan harga tiket harian KRD PATAS memperoleh skor tertinggi yaitu 344 dan, harga tiket bulanan atau berlangganan KRD PATAS memperoleh skor 308. Sedangkan untuk mencari daerah kontinum yang menunjukkan wilayah ideal dari tanggapan responden terhadap manfaat harga, berdasarkan rumus menurut Sugiyono (2008:135) adalah sebagai berikut:

Mencari skor tertinggi daya beli

$$\text{Skor Ideal} = \text{Skor Tertinggi} \times \text{Jumlah Butir Pertanyaan} \times \text{Jumlah Responden}$$

$$\text{Skor Ideal} = 5 \times 2 \times 100 = 1000$$

Mencari Skor Terendah daya beli

$$\text{Skor Terendah} = \text{Skor Terendah} \times \text{Jum. Butir Pertanyaan} \times \text{Jumlah Responden}$$

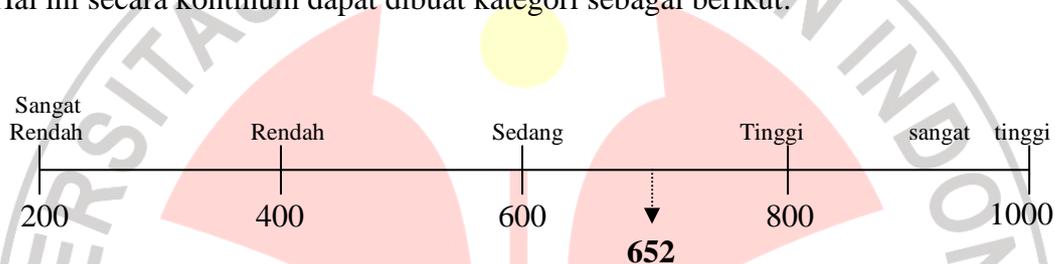
$$\text{Skor Terendah} = 1 \times 2 \times 100 = 200$$

Mencari Panjang Interval Kelas daya beli

Panjang Interval Kelas = Skor Ideal : Banyak Kelas Interval

Panjang Interval Kelas = $1000 : 2 = 500$

Berdasarkan jumlah skor hasil pengumpulan data daya beli adalah 652 (dapat dilihat pada Tabel 4.5). Dengan demikian, maka daya beli KRD PATAS menurut persepsi 100 responden adalah $(652 : 1000) \times 100\% = 65,2$. Hal ini secara kontinum dapat dibuat kategori sebagai berikut:



Sumber: Hasil pengolahan data 2008

GAMBAR 4.8

HASIL KONTINUM DIMENSI DAYA BELI

Nilai 652 sesuai dengan data penelitian, termasuk dalam kategori sedang. Jadi tanggapan responden mengenai daya beli ada pada kategori sedang. Sehingga dengan demikian peneliti menilai cukup baik terhadap indikator daya beli. Daya beli dari harga yang ditetapkan dapat dilihat dari indikator-indikator berikut ini:

1. Tanggapan Responden Terhadap Daya beli untuk Harga Tiket Harian KRD PATAS

Tabel 4.6 di bawah ini merupakan hasil tanggapan responden mengenai daya beli konsumen terhadap harga tiket harian KRD PATAS:

TABEL 4.6
HARGA TIKET HARIAN KRD PATAS MURAH

Pernyataan	Alternatif Jawaban	Frequency	Persen (%)
Harga Tiket Harian KRD PATAS murah	sangat tidak setuju	2	2
	tidak setuju	22	22
	cukup setuju	24	24
	setuju	34	34
	sangat setuju	18	18
	Total	100	100
	Skor	344	

Sumber : Hasil pengolahan data 2008

Tabel 4.6 menunjukkan bahwa sebagian besar responden yaitu sebanyak 34 orang atau sebesar 34% dari 100 responden menyatakan setuju, sedangkan responden yang menyatakan cukup setuju ada sebanyak 24 orang atau sebanyak 24%. Selanjutnya responden yang menyatakan sangat setuju ada sebanyak 18 orang atau 18% sementara yang menyatakan tidak setuju ada sebanyak 22 orang atau 22% dan responden yang menyatakan sangat tidak setuju ada sebanyak 2 orang atau 2%.

Berdasarkan rumus menurut Sugiyono (2008:135), untuk mencari daerah kontinum yang menunjukkan wilayah ideal dari tanggapan responden terhadap harga tiket harian KRD PATAS, maka dapat diketahui:

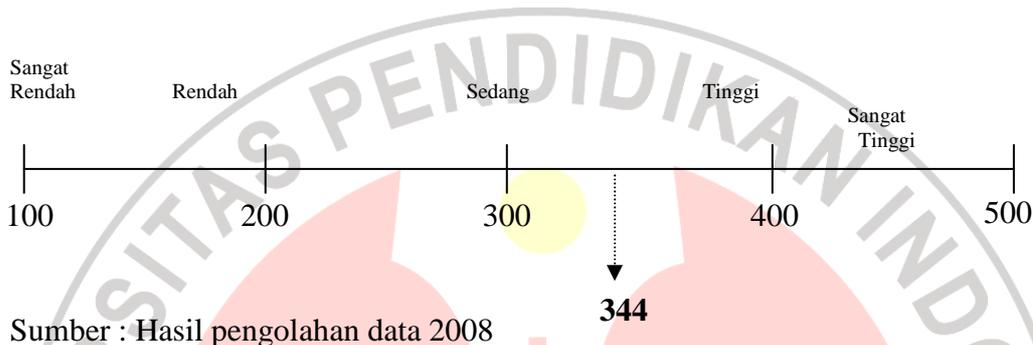
$$\text{Skor Ideal} = 5 \times 1 \times 100 = 500$$

$$\text{Skor Terendah} = 1 \times 1 \times 100 = 100$$

$$\text{Panjang Interval Kelas} = 500 : 5 = 100$$

Jumlah skor tanggapan responden terhadap harga tiket harian KRD PATAS adalah 344, maka tanggapan 100 responden terhadap terhadap harga tiket harian KRD PATAS adalah $(344 : 500) \times 100\% = 68,8\%$

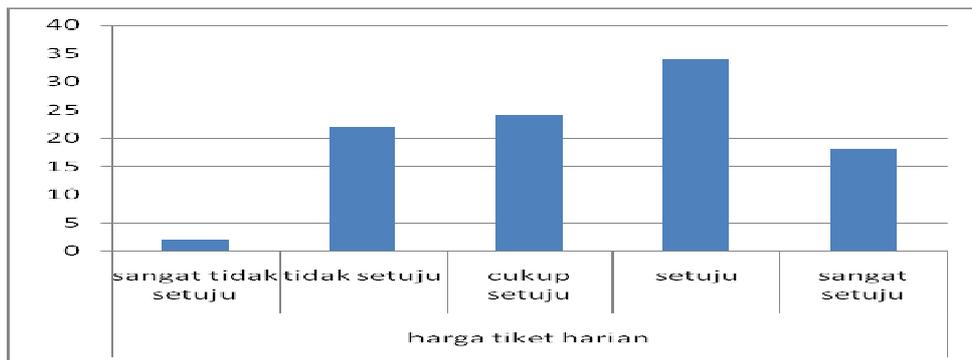
Hal tersebut secara kontinum dapat dibuat kategori sebagai berikut:



GAMBAR 4.9

HASIL KONTINUM HARGA TIKET HARIAN KRD PATAS

Nilai 344 sesuai dengan data penelitian termasuk dalam kategori sedang dan tinggi, tetapi lebih mendekati sedang. Jadi, tanggapan responden terhadap harga tiket harian KRD PATAS termasuk dalam kategori sedang atau cukup baik, Sehingga dengan demikian peneliti menilai cukup baik terhadap harga tiket harian KRD PATAS. Hal tersebut dapat dilihat dari sebagian besar responden yaitu 34 orang atau 37% menyatakan setuju dan hanya 2 orang responden yang menyatakan sangat tidak setuju atau 2%. Data yang diperoleh dari Tabel 4.6 dapat ditampilkan dalam bentuk Gambar 4.10.



Sumber : Hasil pengolahan data 2008

GAMBAR 4.10
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP HARGA TIKET HARIAN KRDPATAS MURAH

2. Tanggapan Responden Terhadap Daya Beli untuk Keterjangkauan Harga Tiket Bulanan(berlangganan) KRDPATAS

Tabel di bawah ini merupakan hasil tanggapan responden mengenai daya beli konsumen terhadap keterjangkauan harga tiket bulanan(berlangganan) KRDPATAS:

TABEL 4.7
KETERJANGKAUAN HARGA TIKET BULANAN (berlangganan)

Pernyataan	Alternatif Jawaban	Frequency	Percent (%)
Keterjangkauan harga tiket bulanan (berlangganan)	tidak setuju	24	24
	cukup setuju	30	30
	setuju	40	40
	sangat setuju	6	6
	Total	100	100
	Skor	308	

Sumber : Hasil pengolahan data 2008

Tabel 4.7 menunjukkan bahwa sebagian besar responden yaitu sebanyak 40 orang atau sebesar 40% dari 100 responden menyatakan setuju, sedangkan responden

yang menyatakan cukup setuju ada sebanyak 30 orang atau sebanyak 30%. Selanjutnya responden yang menyatakan sangat setuju ada sebanyak 6 orang atau 6% sementara yang menyatakan tidak setuju ada sebanyak 24 orang atau 24% dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju atau 0%.

Berdasarkan rumus menurut Sugiyono (2008:135), untuk mencari daerah kontinum yang menunjukkan wilayah ideal dari tanggapan responden terhadap harga tiket bulanan (berlangganan) KRD PATAS, maka dapat diketahui:

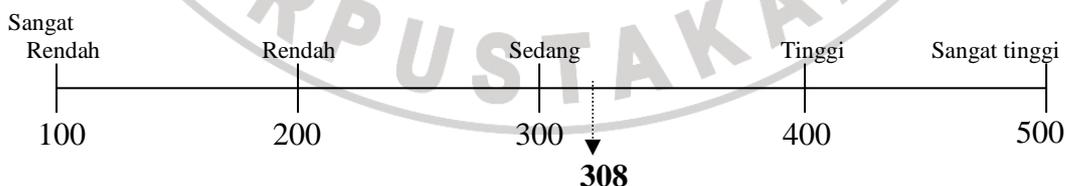
$$\text{Skor Ideal} = 5 \times 1 \times 100 = 500$$

$$\text{Skor Terendah} = 1 \times 1 \times 100 = 100$$

$$\text{Panjang Interval Kelas} = 500 : 5 = 100$$

Jumlah skor tanggapan responden terhadap harga tiket bulanan (berlangganan) KRD PATAS adalah 308, maka tanggapan 100 responden terhadap kesesuaian harga dengan pilihan produk adalah $(308 : 500) \times 100\% = 61,6\%$

Hal tersebut secara kontinum dapat dibuat kategori sebagai berikut:



Sumber : Hasil pengolahan data 2008

GAMBAR 4.11
HASIL KONTINUM
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP HARGA TIKET BULANAN
(BERLANGGANAN) KRD PATAS

Nilai 308 sesuai dengan data penelitian termasuk dalam kategori sedang. Jadi, tanggapan responden terhadap harga tiket bulanan (berlangganan) KRD PATAS termasuk dalam kategori sedang atau cukup baik, Sehingga dengan demikian peneliti menilai cukup baik terhadap harga tiket bulanan (berlangganan) KRD PATAS. Hal tersebut dapat dilihat dari sebagian besar responden yaitu 40 orang atau 40% menyatakan setuju. Data yang diperoleh dari Tabel 4.7 dapat ditampilkan dalam bentuk Gambar 4.12:



Sumber : Hasil pengolahan data 2008

GAMBAR 4.12
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP KETERJANGKAUAN HARGA
TIKET BULANAN (berlangganan)KRD PATAS

4.2.3 Tanggapan Responden Terhadap Strategi *Flat Rate Pricing* Dimensi Reputasi Perusahaan

Berdasarkan data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner terhadap 100 responden, maka dapat diketahui tanggapan responden pengguna KRD PATAS terhadap reputasi PT.KAI. Adapun tanggapan responden mengenai *flate rate pricing* indikator reputasi perusahaan dilihat dari aspek nilai kesesuaian harga

tiket KRD PATAS dengan reputasi PT.KAI, dan pelayanan baik yang diberikan PT.KAI saat menggunakan KRD PATAS. Dari hasil analisis data yang telah dilakukan, berikut ini data mengenai rekapitulasi skoring indikator dari reputasi perusahaan yang disajikan pada Tabel 4.8 :

TABEL 4.8
REKAPITULASI SKORING DATA DIMENSI
REPUTASI PERUSAHAAN

n	Indikator	Skor
100	Tingkat kesesuaian harga dengan reputasi perusahaan	331
	Layanan baik yang diberikan PT.KAI saat menggunakan KRD PATAS	372
	Total Skor Manfaat Harga	703

Sumber: Diolah dari hasil penelitian tahun 2008

Tabel 4.8 menunjukkan bahwa skor indikator dari reputasi perusahaan yaitu tingkat pelayanan yang diberikan PT.KAI memperoleh skor tertinggi yaitu 372, sedangkan tingkat kesesuaian harga dengan reputasi PT.KAI memperoleh skor 331. Sedangkan untuk mencari daerah kontinum yang menunjukkan wilayah ideal dari tanggapan responden terhadap reputasi perusahaan, berdasarkan rumus menurut Sugiyono (2008:135) adalah sebagai berikut:

Mencari skor tertinggi Reputasi perusahaan

$$\text{Skor Ideal} = \text{Skor Tertinggi} \times \text{Jumlah Butir Pertanyaan} \times \text{Jumlah Responden}$$

$$\text{Skor Ideal} = 5 \times 2 \times 100 = 1000$$

Mencari Skor Terendah Reputasi perusahaan

$$\text{Skor Terendah} = \text{Skor Terendah} \times \text{Jum. Butir Pertanyaan} \times \text{Jumlah Responden}$$

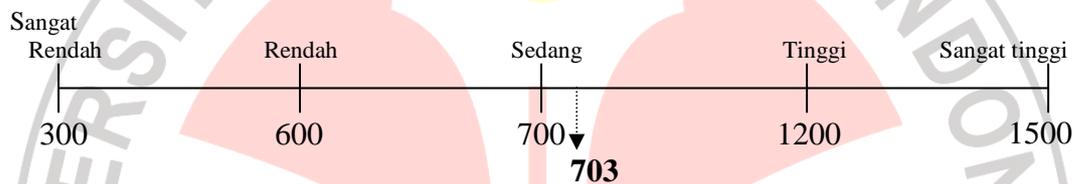
$$\text{Skor Terendah} = 1 \times 2 \times 100 = 200$$

Mencari Panjang Interval Kelas Reputasi perusahaan

Panjang Interval Kelas = Skor Ideal : Banyak Kelas Interval

Panjang Interval Kelas = $1000 : 5 = 200$

Berdasarkan jumlah skor hasil pengumpulan data reputasi perusahaan adalah 703 (dapat dilihat pada Tabel 4.8). Dengan demikian, maka reputasi PT.KAI menurut persepsi 100 responden adalah $(703 : 1000) \times 100\% = 70,3\%$. Hal ini secara kontinum dapat dibuat kategori sebagai berikut:



Sumber: Hasil pengolahan data 2008

GAMBAR 4.13

HASIL KONTINUM DIMENSI REPUTASI PERUSAHAAN

Nilai 703 sesuai dengan data penelitian, termasuk dalam kategori sedang. Jadi tanggapan responden mengenai reputasi perusahaan dalam kategori cukup baik. Sehingga dengan demikian peneliti menilai cukup baik terhadap reputasi PT.KAI sebagai pihak penyelenggara KRD PATAS. cukup baiknya reputasi dari PT.KAI dapat dilihat dari indikator-indikator berikut ini:

1. Tanggapan Responden Terhadap Reputasi Perusahaan untuk Kesesuaian Harga dengan Reputasi PT.KAI

Tabel 4.9 berikut ini akan menggambarkan bagaimana tanggapan responden terhadap kesesuaian harga dengan reputasi perusahaan. Adapun hal yang dinilai oleh responden dapat dilihat dari berbagai ukuran berikut.

TABEL 4.9
KESESUAIAN HARGA DENGAN REPUTASI PT.KAI

Pernyataan	Alternatif Jawaban	Frequency	Persen (%)
Kesesuaian harga tiket KRD PATAS dengan reputasi PT.KAI	tidak setuju	28	28
	cukup setuju	29	29
	setuju	27	27
	sangat setuju	16	16
	Total	100	100
	Skor	331	

Sumber : Hasil pengolahan data 2008

Tabel 4.9 menunjukkan bahwa sebagian besar responden yaitu sebanyak 29 orang atau sebesar 29% dari 100 responden menyatakan cukup setuju, sedangkan responden yang menyatakan tidak setuju ada sebanyak 28 orang atau sebanyak 28%. Selanjutnya responden yang menyatakan sangat setuju ada sebanyak 16 orang atau 16% sementara yang menyatakan setuju ada sebanyak 27 orang atau 27% dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju atau 0%.

Berdasarkan rumus menurut Sugiyono (2008:135), untuk mencari daerah kontinum yang menunjukkan wilayah ideal dari tanggapan responden terhadap

kesesuaian harga tiket KRD PATAS dengan reputasi perusahaan, maka dapat diketahui:

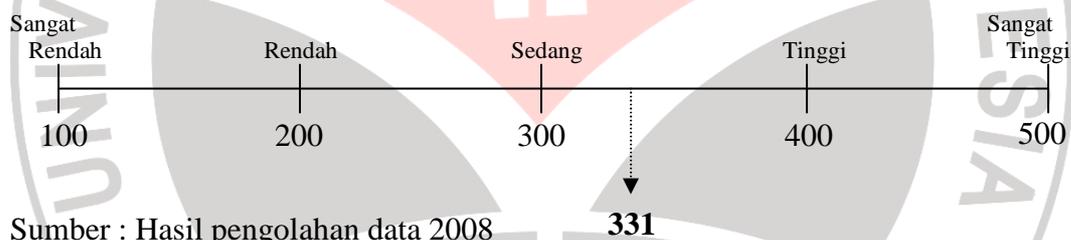
$$\text{Skor Ideal} = 5 \times 1 \times 100 = 500$$

$$\text{Skor Terendah} = 1 \times 1 \times 100 = 100$$

$$\text{Panjang Interval Kelas} = 500 : 5 = 100$$

Jumlah skor tanggapan responden terhadap kesesuaian harga tiket KRD PATAS dengan reputasi perusahaan adalah 331, maka tanggapan 100 responden terhadap kesesuaian harga tiket KRD PATAS dengan reputasi perusahaan adalah $(331 : 500) \times 100\% = 66,2\%$

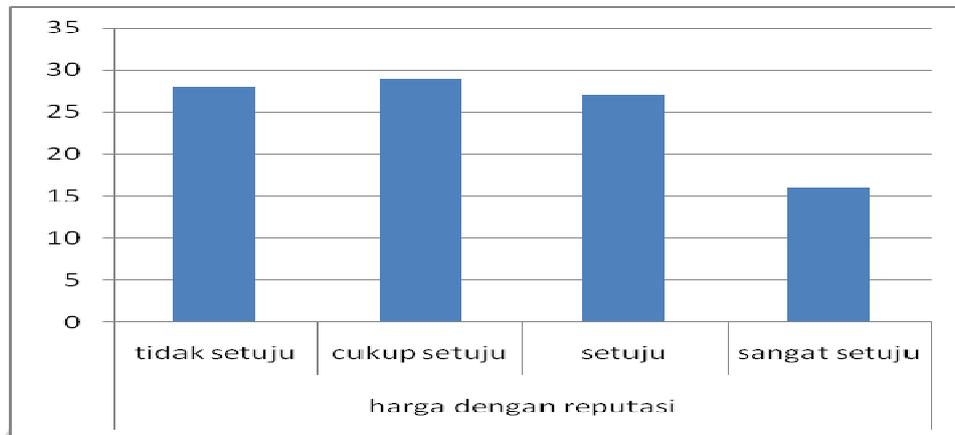
Hal tersebut secara kontinum dapat dibuat kategori sebagai berikut:



GAMBAR 4.14
HASIL KONTINUM TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP
KESESUAIAN HARGA DENGAN REPUTASI PT.KAI

Nilai 331 sesuai dengan data penelitian termasuk dalam kategori sedang dan tinggi, tapi lebih mendekati tinggi. Jadi, tanggapan responden terhadap kesesuaian harga tiket KRD PATAS dengan reputasi perusahaan termasuk dalam kategori tinggi atau baik, Sehingga dengan demikian peneliti menilai baik terhadap kesesuaian harga tiket KRD PATAS dengan reputasi perusahaan. Hal tersebut dapat dilihat dari sebagian besar responden yaitu 29 orang atau 29%

menyatakan setuju. Data yang diperoleh dari Tabel 4.9 dapat ditampilkan dalam bentuk Gambar 4.15:



Sumber : Hasil pengolahan data 2008

GAMBAR 4.15
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP KESESUAIAN HARGA
DENGAN REPUTASI PT.KAI

2. Tanggapan Responden Terhadap Pelayanan Baik yang diberikan PT.KAI Saat Menggunakan KRD PATAS

Tabel 4.10 berikut ini akan menggambarkan bagaimana tanggapan responden terhadap Pelayanan yang diberikan PT.KAI saat menggunakan KRD PATAS. Adapun hal yang dinilai oleh responden dapat dilihat dari berbagai ukuran berikut.

TABEL 4.10
PELAYANAN YANG DIBERIKAN PT.KAI

Pernyataan	Alternatif Jawaban	Frequency	Persen
Pelayanan baik yang diberikan PT.KAI saat menggunakan KRD PATAS	tidak setuju	17	17
	cukup setuju	20	20
	setuju	37	37
	sangat setuju	26	26

Pernyataan	Alternatif Jawaban	Frequency	Persen
	Total	100	100
	Skor	372	

Sumber : Hasil pengolahan data 2008

Tabel 4.10 menunjukkan bahwa sebagian besar responden yaitu sebanyak 37 orang atau sebesar 37% dari 100 responden menyatakan setuju, sedangkan responden yang menyatakan sangat tidak setuju ada sebanyak 26 orang atau sebanyak 26%. Selanjutnya responden yang menyatakan cukup setuju ada sebanyak 20 orang atau 20% sementara yang menyatakan tidak setuju ada sebanyak 17 orang atau 17% dan tidak ada responden yang menyatakan sangat setuju atau 0%.

Berdasarkan rumus menurut Sugiyono (2008:135), untuk mencari daerah kontinum yang menunjukkan wilayah ideal dari tanggapan responden terhadap pelayanan yang diberikan PT.KAI saat menggunakan KRD PATAS, maka dapat diketahui:

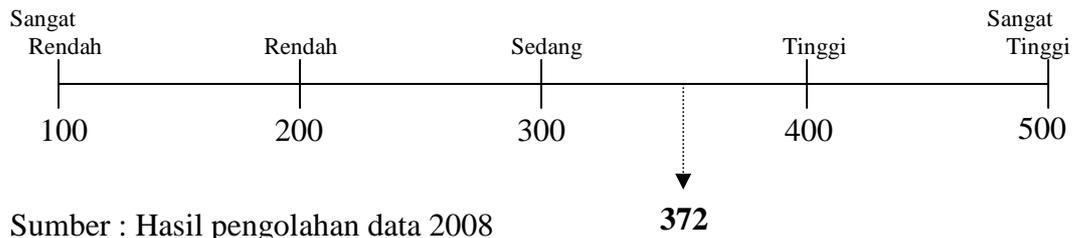
$$\text{Skor Ideal} = 5 \times 1 \times 100 = 500$$

$$\text{Skor Terendah} = 1 \times 1 \times 100 = 100$$

$$\text{Panjang Interval Kelas} = 500 : 5 = 100$$

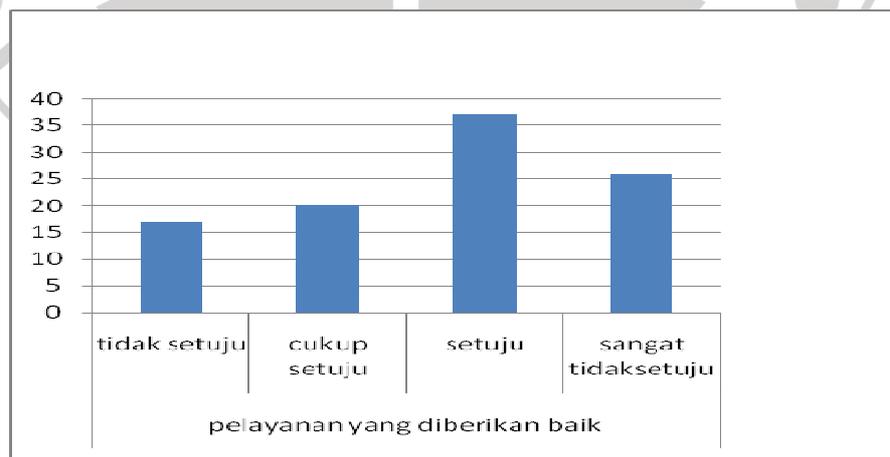
Jumlah skor tanggapan responden terhadap pelayanan yang diberikan PT.KAI saat menggunakan KRD PATAS adalah 372, maka tanggapan 100 responden terhadap pelayanan baik yang diberikan PT.KAI saat menggunakan KRD PATAS adalah $(372 : 500) \times 100\% = 74,4\%$

Hal tersebut secara kontinum dapat dibuat kategori sebagai berikut:



GAMBAR 4.16
HASIL KONTINUM TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP
PELAYANAN YANG DIBERIKAN OLEH PT.KAI

Nilai 372 sesuai dengan data penelitian termasuk dalam kategori sedang dan tinggi, tapi lebih mendekati sedang. Jadi, tanggapan responden terhadap pelayanan baik yang diberikan perusahaan saat memakai jasa KRD PATAS termasuk dalam cukup baik, Sehingga dengan demikian peneliti menilai cukup baik terhadap pelayanan baik yang diberikan perusahaan saat memakai jasa KRD PATAS. Hal tersebut dapat dilihat dari sebagian besar responden yaitu 37 orang atau 37% menyatakan setuju. Data yang diperoleh dari Tabel 4.10 dapat ditampilkan dalam bentuk Gambar 4.17:



GAMBAR 4.17
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP PELAYANAN YANG
DIBERIKAN OLEH PT.KAI

4.2.4 Tanggapan Responden Terhadap Strategi *Flat Rate Pricing* Dimensi Produk Pesaing

Adapun tanggapan responden mengenai *flate rate pricing* indikator produk pesaing dilihat dari aspek harga tiket KRD PATAS dibanding pesaing, keunggulan KRD PATAS dibanding pesaing, dan lebih memilih KRD PATAS dibanding transportasi lokal yang lain. Dari hasil analisis data yang telah dilakukan, berikut ini data mengenai rekapitulasi skoring indikator dari produk pesaing yang disajikan pada Tabel 4.11:

TABEL 4.11
REKAPITULASI SKORING DATA DIMENSI
PRODUK PESAING

n	Indikator	Skor
100	Harga tiket harian KRD PATAS dibanding pesaing	317
	Keunggulan harga KRD PATAS dibanding pesaing	330
	Konsumen lebih memilih KRD PATAS dibanding pesaing	365
	Total Skor	1012

Sumber: Diolah dari hasil penelitian tahun 2008

Tabel 4.11 menunjukkan bahwa skor indikator produk pesaing yaitu konsumen lebih memilih KRD PATAS dibanding pesaing memperoleh skor tertinggi yaitu 365, keunggulan KRD PATAS dibanding pesaing memperoleh skor 330, dan harga tiket harian KRD PATAS dibanding pesaing memperoleh

skor 317. Sedangkan untuk mencari daerah kontinum yang menunjukkan wilayah ideal dari tanggapan responden terhadap manfaat harga, berdasarkan rumus menurut Sugiyono (2008:135) adalah sebagai berikut:

Mencari Skor Produk pesaing

$$\text{Skor Ideal} = \text{Skor Tertinggi} \times \text{Jumlah Butir Pertanyaan} \times \text{Jumlah Responden}$$

$$\text{Skor Ideal} = 5 \times 3 \times 100 = 1500$$

Mencari Skor Terendah Produk pesaing

$$\text{Skor Terendah} = \text{Skor Terendah} \times \text{Jum. Butir Pertanyaan} \times \text{Jumlah Responden}$$

$$\text{Skor Terendah} = 1 \times 3 \times 100 = 300$$

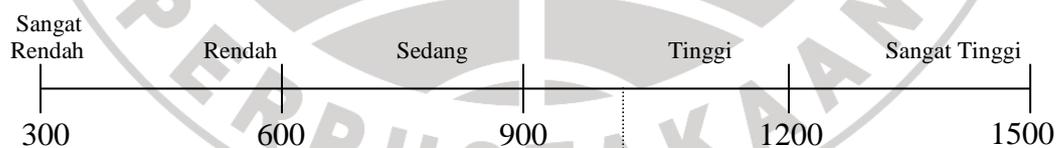
Mencari Panjang Interval Kelas Produk pesaing

$$\text{Panjang Interval Kelas} = \text{Skor Ideal} : \text{Banyak Kelas Interval}$$

$$\text{Panjang Interval Kelas} = 1500 : 5 = 300$$

Berdasarkan jumlah skor hasil pengumpulan data produk pesaing adalah 1012 (dapat dilihat pada Tabel 4.11). Dengan demikian, maka produk pesaing KRDPATAS menurut persepsi 100 responden adalah $(1012 : 1000) \times 100\% = 101,2\%$

Hal ini secara kontinum dapat dibuat kategori sebagai berikut:



Sumber: Hasil pengolahan data 2008

1012

GAMBAR 4.18

HASIL KONTINUM DIMENSI PRODUK PESAING

Nilai 1012 sesuai dengan data penelitian, termasuk dalam kategori sedang sampai tinggi, tapi lebih mendekati kategori sedang. Jadi tanggapan responden

mengenai produk pesaing ada pada kategori sedang. Indikator-indikator dari item pertanyaan mengenai produk pesaing KRD PATAS adalah sebagai berikut:

1. Tanggapan Responden Terhadap Harga Tiket KRD PATAS dibanding dengan Pesaing

Tabel 4.12 berikut ini akan menggambarkan bagaimana tanggapan responden terhadap harga tiket KRD PATAS dibandingkan dengan harga pada produk pesaing. Adapun hal yang dinilai oleh responden dapat dilihat dari berbagai ukuran berikut.

TABEL 4.12
HARGA TIKET KRD PATAS DIBANDINGKAN HARGA PRODUK PESAING

Pernyataan	Alternatif Jawaban	Frequency	Persen (%)
Harga tiket KRD PATAS lebih murah dibandingkan harga produk pesaing	Tidak setuju	15	15
	Cukup setuju	25	25
	Setuju	44	44
	Sangat Setuju	16	16
	Total	100	100
	Skor	317	

Sumber : Hasil pengolahan data 2008

Tabel 4.12 menunjukkan bahwa sebagian besar responden yaitu sebanyak 44 orang atau sebesar 44% dari 100 responden menyatakan setuju, sedangkan responden yang menyatakan cukup setuju ada sebanyak 25 orang atau sebanyak 25%. Selanjutnya responden yang menyatakan sangat setuju ada sebanyak 16 orang atau 16% sementara yang menyatakan tidak setuju ada sebanyak 15 orang atau 15% dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju atau 0%.

Berdasarkan rumus menurut Sugiyono (2008:135), untuk mencari daerah kontinum yang menunjukkan wilayah ideal dari tanggapan responden terhadap harga tiket KRD PATAS dibandingkan pesaing, maka dapat diketahui:

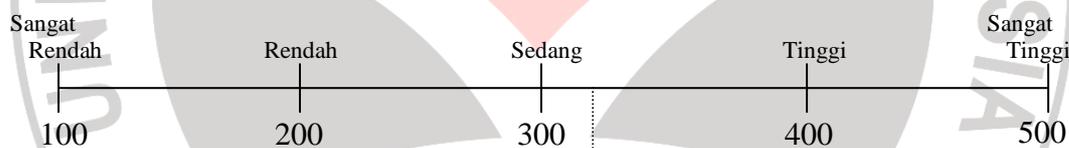
$$\text{Skor Ideal} = 5 \times 1 \times 100 = 500$$

$$\text{Skor Terendah} = 1 \times 1 \times 100 = 100$$

$$\text{Panjang Interval Kelas} = 500 : 5 = 100$$

Jumlah skor tanggapan responden terhadap item pertanyaan harga tiket KRD PATAS lebih murah dari produk pesaing adalah 317, maka tanggapan 100 responden terhadap harga tiket KRD PATAS lebih murah dari produk pesaing adalah $(317 : 500) \times 100\% = 63,4\%$

Hal tersebut secara kontinum dapat dibuat kategori sebagai berikut:



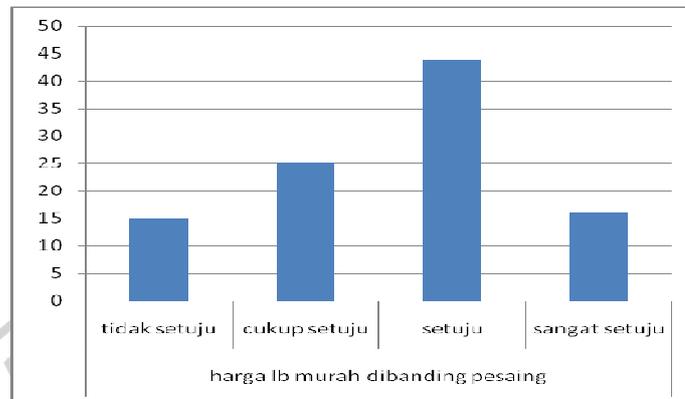
Sumber : Hasil pengolahan data 2008

317

GAMBAR 4.19
HASIL KONTINUM TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP HARGA
TIKET KRD PATAS DIBANDINGKAN PRODUK PESAING

Nilai 317 sesuai dengan data penelitian termasuk dalam kategori rendah dan sedang, tapi lebih mendekati sedang. Jadi, tanggapan responden terhadap harga tiket KRD PATAS lebih murah dari produk pesaing termasuk dalam kategori sedang atau cukup baik, Sehingga dengan demikian peneliti menilai cukup baik terhadap harga tiket KRD PATAS dibandingkan produk pesaing. Hal tersebut dapat dilihat dari sebagian besar responden yaitu 44 orang atau 44%

menyatakan setuju. Data yang diperoleh dari Tabel 4.12 dapat ditampilkan dalam bentuk Gambar 4.20



GAMBAR 4.20
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP HARGA TIKET KRD
PATAS DIBANDINGKAN HARGA PRODUK PESAING

2. Tanggapan Responden Terhadap Keunggulan Harga KRD PATAS dibanding Pesaing

Tabel 4.13 berikut ini akan menggambarkan bagaimana tanggapan responden terhadap keunggulan harga tiket KRD PATAS dibandingkan dengan pesaing. Adapun hal yang dinilai oleh responden dapat dilihat dari berbagai ukuran berikut.

TABEL 4.13
KEUNGGULAN HARGA TIKET KRD PATAS DIBANDINGKAN
PRODUK PESAING

Pernyataan	Alternatif	Frequency	Persen (%)
	Jawaban		
Dengan harga tiket yang murah KRD PATAS memberikan banyak keunggulan dibandingkan transportasi lain	Tidak setuju	21	21
	Cukup setuju	34	34
	Setuju	39	39
	Sangat Setuju	6	6

Pernyataan	Alternatif Jawaban	Frequency	Persen (%)
	Total	100	100
	Skor	330	

Sumber : Hasil pengolahan data 2008

Tabel 4.13 menunjukkan bahwa sebagian besar responden yaitu sebanyak 39 orang atau sebesar 39% dari 100 responden menyatakan setuju, sedangkan responden yang menyatakan cukup setuju ada sebanyak 34 orang atau sebanyak 34%. Selanjutnya responden yang menyatakan sangat setuju ada sebanyak 6 orang atau 6% sementara yang menyatakan tidak setuju ada sebanyak 21 orang atau 21% dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju atau 0%.

Berdasarkan rumus menurut Sugiyono (2008:135), untuk mencari daerah kontinum yang menunjukkan wilayah ideal dari tanggapan responden terhadap keunggulan harga tiket KRD PATAS dibandingkan pesaing, maka dapat diketahui:

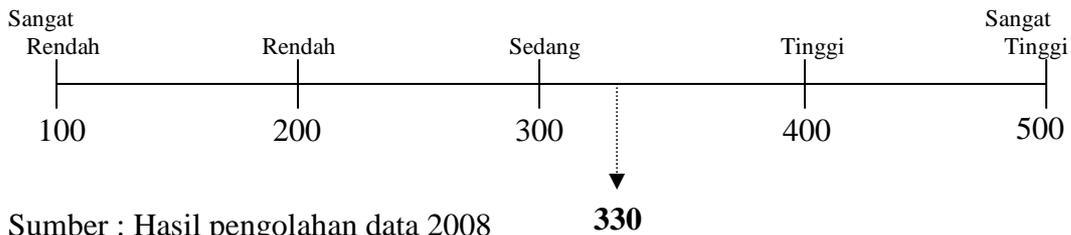
$$\text{Skor Ideal} = 5 \times 1 \times 100 = 500$$

$$\text{Skor Terendah} = 1 \times 1 \times 100 = 100$$

$$\text{Panjang Interval Kelas} = 500 : 5 = 100$$

Jumlah skor tanggapan responden terhadap item pertanyaan keunggulan harga KRD PATAS dibanding pesaing adalah 330, maka tanggapan 100 responden terhadap keunggulan harga KRD PATAS dibandingkan pesaing adalah $(330 : 500) \times 100\% = 66\%$

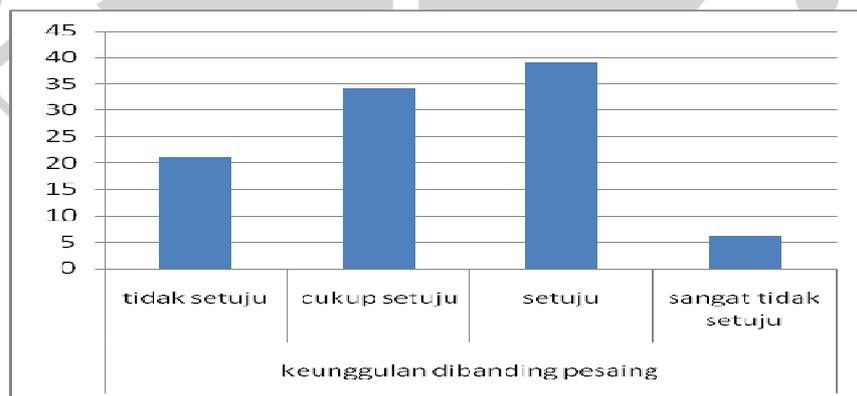
Hal tersebut secara kontinum dapat dibuat kategori sebagai berikut:



Sumber : Hasil pengolahan data 2008

GAMBAR 4.21
HASIL KONTINUM TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP
KEUNGGULAN HARGA TIKET KRDPATAS DIBANDING PESAING

Nilai 330 sesuai dengan data penelitian termasuk dalam kategori sedang dan tinggi, tapi lebih mendekati sedang. Jadi, tanggapan responden terhadap keunggulan harga tiket KRDPATAS dibanding pesaing termasuk dalam kategori sedang atau cukup baik, Sehingga dengan demikian peneliti menilai cukup baik terhadap keunggulan harga tiket KRDPATAS dibanding pesaing. Hal tersebut dapat dilihat dari sebagian besar responden yaitu 39 orang atau 39% menyatakan setuju. Data yang diperoleh dari Tabel 4.13 dapat ditampilkan dalam bentuk Gambar 4.22:



GAMBAR 4.22
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP KEUNGGULAN HARGA TIKET
KRDPATAS DIBANDING PESAING

3. Tanggapan Responden Terhadap Lebih Memilih Menggunakan KRD PATAS dibanding Transportasi Lokal Lainnya

Tabel 4.14 berikut ini akan menggambarkan bagaimana tanggapan responden terhadap item pernyataan lebih memilih KRD PATAS dibandingkan transportasi lokal lainnya. Adapun hal yang dinilai oleh responden dapat dilihat dari berbagai ukuran berikut.

TABEL 4.14
LEBIH MEMILIH MENGGUNAKAN KRD PATAS

Pernyataan	Alternatif Jawaban	Frequency	Persen (%)
Lebih memilih menggunakan KRD PATAS dibandingkan menggunakan alat transportasi lokal yang lain	Tidak setuju	13	13
	Cukup setuju	32	32
	Setuju	32	32
	Sangat Setuju	23	23
	Total	100	100
	Skor	365	

Sumber : Hasil pengolahan data 2008

Tabel 4.14 menunjukkan bahwa sebanyak 32 orang atau sebesar 32% dari 100 responden menyatakan setuju, sedangkan responden yang menyatakan cukup setuju ada sebanyak 32 orang atau sebanyak 32%. Selanjutnya responden yang menyatakan sangat setuju ada sebanyak 23 orang atau 23% sementara yang menyatakan tidak setuju ada sebanyak 13 orang atau 13% dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju atau 0%.

Berdasarkan rumus menurut Sugiyono (2008:135), untuk mencari daerah kontinum yang menunjukkan wilayah ideal dari tanggapan responden terhadap lebih memilih KRD PATAS dibanding pesaing, maka dapat diketahui:

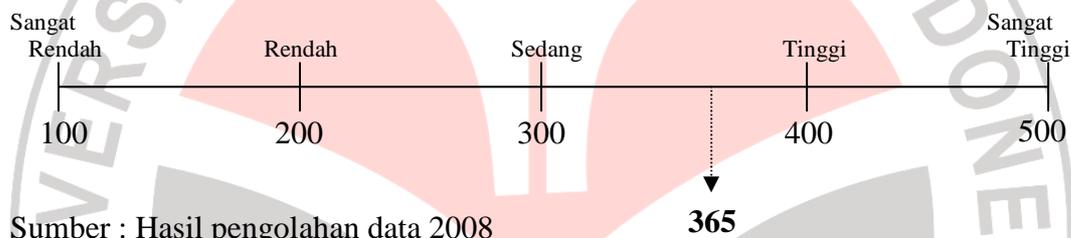
$$\text{Skor Ideal} = 5 \times 1 \times 100 = 500$$

$$\text{Skor Terendah} = 1 \times 1 \times 100 = 100$$

$$\text{Panjang Interval Kelas} = 500 : 5 = 100$$

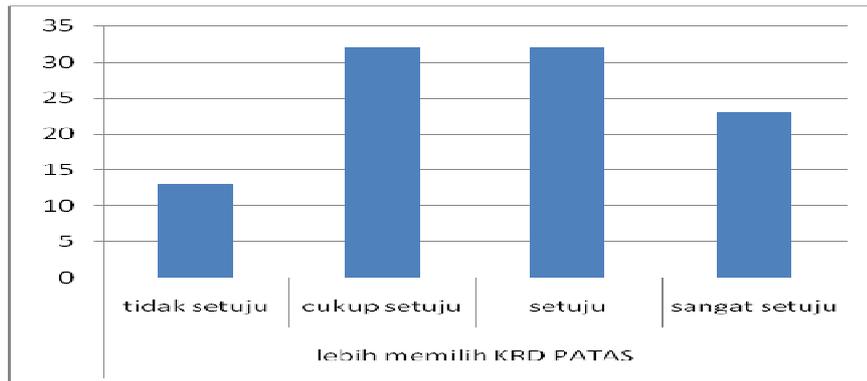
Jumlah skor tanggapan responden terhadap item pernyataan lebih memilih KRD PATAS dibanding pesaing adalah 365, maka tanggapan 100 responden terhadap lebih memilih KRD PATAS dibanding pesaing adalah $(365 : 500) \times 100\% = 73\%$

Hal tersebut secara kontinum dapat dibuat kategori sebagai berikut:



GAMBAR 4.23
HASIL KONTINUM TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP LEBIH MEMILIH KRD PATAS

Nilai 365 sesuai dengan data penelitian termasuk dalam kategori sedang dan tinggi, tapi lebih mendekati tinggi. Jadi, tanggapan responden terhadap lebih memilih KRD PATAS dibanding pesaing termasuk dalam kategori baik, Sehingga dengan demikian peneliti menilai baik terhadap item pernyataan lebih memilih KRD PATAS dibanding transportasi lokal yang lain. Hal tersebut dapat dilihat dari sebagian besar responden yaitu 32 orang atau 32% menyatakan setuju. Data yang diperoleh dari Tabel 4.14 dapat ditampilkan dalam bentuk Gambar 4.24:



GAMBAR 4.24
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP LEBIH MEMILIH
MENGGUNAKAN KRD PATAS

4.3 Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa

Pembuatan keputusan yang dilakukan oleh konsumen berbeda-beda sesuai dengan jenis keputusan pembelian. Semakin kompleks keputusan untuk membeli sesuatu, kemungkinan akan lebih banyak melibatkan pertimbangan pembeli. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk menggunakan suatu jasa. Dimensi-dimensi yang digunakan dalam keputusan menggunakan jasa dalam penelitian ini adalah pilihan produk, pilihan merek, waktu pembelian, dan jumlah pembelian. Penelitian ini dilakukan untuk meneliti tanggapan responden mengenai variabel-variabel tersebut melalui penyebaran kuesioner, dimana yang menjadi responden ini adalah pengguna jasa KRD PATAS jurusan Bandung-Cicalengka, yang terdiri dari 100 responden.

4.3.1 Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Dimensi Pilihan Produk

Adapun tanggapan responden mengenai keputusan menggunakan jasa indikator pilihan produk dilihat dari aspek menggunakan jasa KRD karena manfaat, menggunakan jasa KRD karena harga, menggunakan jasa KRD karena kenyamanan dan menggunakan jasa KRD karena adanya jaminan keselamatan. Dari hasil analisis data yang telah dilakukan, berikut ini data mengenai rekapitulasi skoring data dimensi pilihan produk yang disajikan pada Tabel 4.15 :

TABEL 4.15
REKAPITULASI SKORING DATA DIMENSI
PILIHAN PRODUK

n	Indikator	Skor
100	Menggunakan jasa KRD karena manfaat (waktu,harga,fasilitas)	296
	Menggunakan jasa KRD karena harga yang lebih murah dibanding transportasi yang lain	346
	Menggunakan jasa KRD karena kenyamanan dibandingkan transportasi lokal lainnya	335
	Menggunakan KRD karena adanya jaminan keselamatan dari PT.KAI	311
	Total Skor	1288

Sumber: Diolah dari hasil penelitian tahun 2008

Tabel 4.15 menunjukkan bahwa skor indikator dari pilihan produk yaitu Menggunakan jasa KRD karena harga yang lebih murah dibanding transportasi yang lain memperoleh skor tertinggi yaitu 346, menggunakan KRD karena kenyamanan dibandingkan transportasi yang lain memperoleh skor 335, sedangkan

menggunakan KRD karena adanya jaminan keselamatan dari PT.KAI memperoleh skor 311, dan yang memperoleh skor terendah adalah menggunakan KRD karena manfaat dengan skor 296. Sedangkan untuk mencari daerah kontinum yang menunjukkan wilayah ideal dari tanggapan responden terhadap pilihan produk, berdasarkan rumus menurut Sugiyono (2008:135) adalah sebagai berikut:

Mencari skor tertinggi Pilihan produk

$$\begin{aligned} \text{Skor Ideal} &= \text{Skor Tertinggi} \times \text{Jumlah Butir Pertanyaan} \times \text{Jumlah Responden} \\ \text{Skor Ideal} &= 5 \times 4 \times 100 = 2000 \end{aligned}$$

Mencari Skor Terendah Pilihan produk

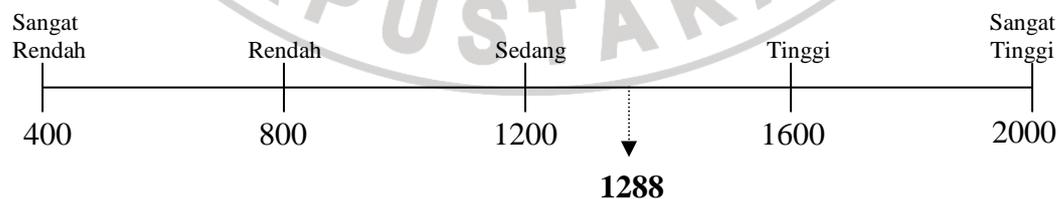
$$\begin{aligned} \text{Skor Terendah} &= \text{Skor Terendah} \times \text{Jum. Butir Pertanyaan} \times \text{Jumlah Responden} \\ \text{Skor Terendah} &= 1 \times 4 \times 100 = 400 \end{aligned}$$

Mencari Panjang Interval Kelas Pilihan produk

$$\begin{aligned} \text{Panjang Interval Kelas} &= \text{Skor Ideal} : \text{Banyak Kelas Interval} \\ \text{Panjang Interval Kelas} &= 2000 : 5 = 400 \end{aligned}$$

Berdasarkan jumlah skor hasil pengumpulan data pilihan produk adalah 1288 (dapat dilihat pada Tabel 4.16). Dengan demikian, maka menggunakan jasa karena pilihan produk menurut persepsi 100 responden adalah $(1288 : 1000) \times 100\% = 128,8\%$

Hal ini secara kontinum dapat dibuat kategori sebagai berikut:



Sumber: Hasil pengolahan data 2008

GAMBAR 4.25

HASIL KONTINUM DIMENSI PILIHANPRODUK

Nilai 1288 sesuai dengan data penelitian, termasuk dalam kategori sedang dan tinggi, tetapi lebih mendekati kategori sedang. Jadi tanggapan responden mengenai pemilihan produk ada dalam kategori sedang. Sehingga dengan demikian peneliti menilai cukup baik terhadap pilihan produk. Indikator-indikator dari pilihan produk adalah sebagai berikut:

1. Tanggapan Responden Terhadap Menggunakan Jasa KRD Karena Manfaat (waktu,harga,fasilitas)

Tabel 4.15 berikut ini akan menggambarkan bagaimana tanggapan responden terhadap item pernyataan menggunakan jasa KRD PATAS karena manfaat (fasilitas,waktu,harga). Adapun hal yang dinilai oleh responden dapat dilihat dari berbagai ukuran berikut.

TABEL 4.16
MENGGUNAKAN JASA KRD KARENA MANFAAT
(fasilitas,harga,fasilitas)

Pernyataan	Alternatif Jawaban	Frequency	Persen (%)
Menggunakan jasa KRD karena manfaat (waktu.fasilitas,harga)	Tidak setuju	25	13
	Cukup setuju	40	32
	Setuju	29	32
	Sangat Setuju	6	23
	Total	100	100
	Skor	296	

Sumber : Hasil pengolahan data 2008

Tabel 4.16 menunjukkan bahwa sebanyak 29 orang atau sebesar 29% dari 100 responden menyatakan setuju, sedangkan responden yang menyatakan cukup setuju ada sebanyak 40 orang atau sebanyak 40%. Selanjutnya responden yang

menyatakan sangat setuju ada sebanyak 6 orang atau 6% sementara yang menyatakan tidak setuju ada sebanyak 25 orang atau 25% dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju atau 0%.

Berdasarkan rumus menurut Sugiyono (2008:135), untuk mencari daerah kontinum yang menunjukkan wilayah ideal dari tanggapan responden terhadap item pernyataan menggunakan KRD karena manfaat, maka dapat diketahui:

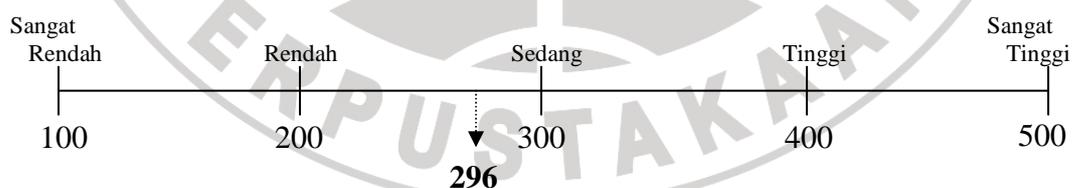
$$\text{Skor Ideal} = 5 \times 1 \times 100 = 500$$

$$\text{Skor Terendah} = 1 \times 1 \times 100 = 100$$

$$\text{Panjang Interval Kelas} = 500 : 5 = 100$$

Jumlah skor tanggapan responden terhadap item pernyataan memilih KRD karena manfaat adalah 296, maka tanggapan 100 responden terhadap item pernyataan menggunakan KRD karena manfaat adalah $(296 : 500) \times 100\% = 59,2\%$

Hal tersebut secara kontinum dapat dibuat kategori sebagai berikut:

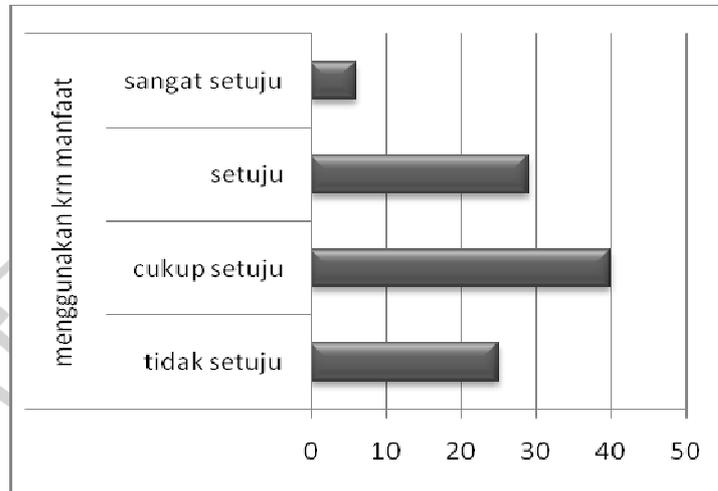


Sumber : Hasil pengolahan data 2008

GAMBAR 4.26
HASIL KONTINUM TANGGAPAN RESPONDEN MENGGUNAKAN KRD
PATAS KARENA MANFAAT (fasilitas,waktu,harga)

Nilai 296 sesuai dengan data penelitian termasuk dalam kategori rendah dan sedang, tapi lebih mendekati sedang. Jadi, tanggapan responden terhadap

pernyataan menggunakan KRD karena manfaat (fasilitas,waktu.harga) dalam kategori sedang. Data yang diperoleh dari Tabel 4.16 dapat ditampilkan dalam bentuk Gambar 4.27:



Sumber : Hasil pengolahan data 2008

GAMBAR 4.27
TANGGAPAN RESPONDEN MENGGUNAKAN KRD PATAS KARENA
MANFAAT (fasilitas,waktu,harga)

2. Tanggapan Responden Terhadap Menggunakan Jasa KRD Karena Harga Tiket Yang Murah Dibanding Transportasi Lainnya

Tabel 4.17 berikut ini akan menggambarkan bagaimana tanggapan responden terhadap item pernyataan menggunakan jasa KRD karena harga tiket yang lebih murah dari pada transportasi lainnya. Adapun hal yang dinilai oleh responden dapat dilihat dari berbagai ukuran berikut.

TABEL 4.17
MENGGUNAKAN JASA KRD KARENA HARGA YANG LEBIH
MURAH DIBANDING TRANSPORTASI LAINNYA

Pernyataan	Alternatif Jawaban	Frequency	Persen (%)
Menggunakan jasa KRD karena harga tiket yang lebih murah dibanding dengan transportasi yang lainnya	Tidak setuju	16	16
	Cukup setuju	31	31
	Setuju	44	44
	Sangat Setuju	9	9
	Total	100	100
	Skor	346	

Sumber : Hasil pengolahan data 2008

Tabel 4.17 menunjukkan bahwa sebanyak 44 orang atau sebesar 44% dari 100 responden menyatakan setuju, sedangkan responden yang menyatakan cukup setuju ada sebanyak 31 orang atau sebanyak 31%. Selanjutnya responden yang menyatakan sangat setuju ada sebanyak 9 orang atau 9% sementara yang menyatakan tidak setuju ada sebanyak 16 orang atau 16% dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju atau 0%.

Berdasarkan rumus menurut Sugiyono (2008:135), untuk mencari daerah kontinum yang menunjukkan wilayah ideal dari tanggapan responden terhadap item pernyataan menggunakan KRD karena harga tiket yang lebih murah dari transportasi lainnya, maka dapat diketahui:

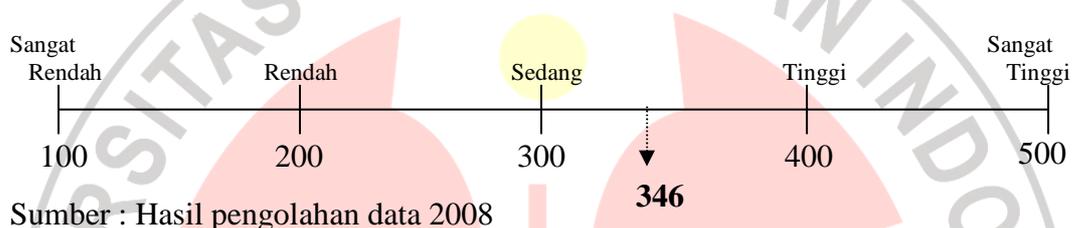
$$\text{Skor Ideal} = 5 \times 1 \times 100 = 500$$

$$\text{Skor Terendah} = 1 \times 1 \times 100 = 100$$

$$\text{Panjang Interval Kelas} = 500 : 5 = 100$$

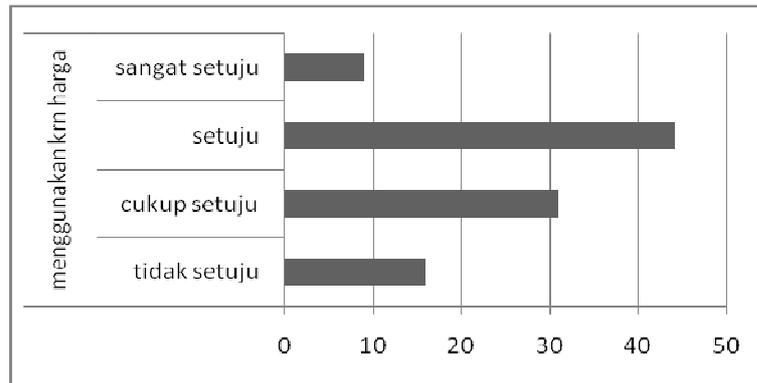
Jumlah skor tanggapan responden terhadap item pernyataan memilih KRD karena harga yang lebih murah dari transportasi lainnya adalah 346, maka tanggapan 100 responden terhadap item pernyataan menggunakan KRD karena harga yang lebih murah dari transportasi lainnya adalah $(346 : 500) \times 100\% = 69,2\%$

Hal tersebut secara kontinum dapat dibuat kategori sebagai berikut:



GAMBAR 4.28
HASIL KONTINUM TANGGAPAN RESPONDEN
MENGGUNAKAN KRD KARENA HARGA TIKET YANG LEBIH MURAH
DARI TRANSPORASI LAINNYA

Nilai 346 sesuai dengan data penelitian termasuk dalam kategori rendah dan tinggi, tapi lebih mendekati sedang. Jadi, tanggapan responden terhadap pernyataan menggunakan KRD karena harga yang lebih murah dibanding transportasi yang lainnya dalam kategori sedang. Data yang diperoleh dari Tabel 4.17 dapat ditampilkan dalam bentuk Gambar 4.29:



Sumber : Hasil pengolahan data 2008

GAMBAR 4.29
TANGGAPAN RESPONDEN MENGGUNAKAN KRD KARENA HARGA
TIKET YANG LEBIH MURAH DARI TRANSPORASI LAINNYA

3. Tanggapan Responden Terhadap Menggunakan Jasa KRD Karena Lebih Nyaman Dari Transportasi Lainnya

Tabel 4.18 berikut ini akan menggambarkan bagaimana tanggapan responden terhadap item pernyataan menggunakan jasa KRD karena lebih nyaman dari pada transportasi lainnya. Adapun hal yang dinilai oleh responden dapat dilihat dari berbagai ukuran berikut.

TABEL 4.18
MENGGUNAKAN JASA KRD KARENA LEBIH NYAMAN DARI
TRANSPORTASI LAINNYA

Pernyataan	Alternatif Jawaban	Frequency	Persen (%)
Menggunakan jasa KRD karena lebih nyaman dibanding dengan transportasi yang lainnya	Tidak setuju	19	19
	Cukup setuju	32	32
	Setuju	44	44
	Sangat Setuju	5	5
	Total	100	100
	Skor	335	

Sumber : Hasil pengolahan data 2008

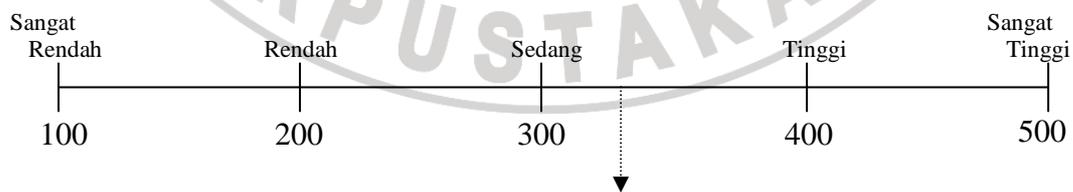
Tabel 4.18 menunjukkan bahwa sebanyak 44 orang atau sebesar 44% dari 100 responden menyatakan setuju, sedangkan responden yang menyatakan cukup setuju ada sebanyak 32 orang atau sebanyak 32%. Selanjutnya responden yang menyatakan sangat setuju ada sebanyak 5 orang atau 5% sementara yang menyatakan tidak setuju ada sebanyak 19 orang atau 19% dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju atau 0%.

Berdasarkan rumus menurut Sugiyono (2008:135), untuk mencari daerah kontinum yang menunjukkan wilayah ideal dari tanggapan responden terhadap item pernyataan menggunakan KRD lebih nyaman dari transportasi lainnya, maka dapat diketahui:

$$\begin{aligned} \text{Skor Ideal} &= 5 \times 1 \times 100 = 500 \\ \text{Skor Terendah} &= 1 \times 1 \times 100 = 100 \\ \text{Panjang Interval Kelas} &= 500 : 5 = 100 \end{aligned}$$

Jumlah skor tanggapan responden terhadap item pernyataan memilih KRD karena harga yang lebih murah dari transportasi lainnya adalah 346, maka tanggapan 100 responden terhadap item pernyataan menggunakan KRD karena lebih nyaman dari transportasi lainnya adalah $(335 : 500) \times 100\% = 67\%$

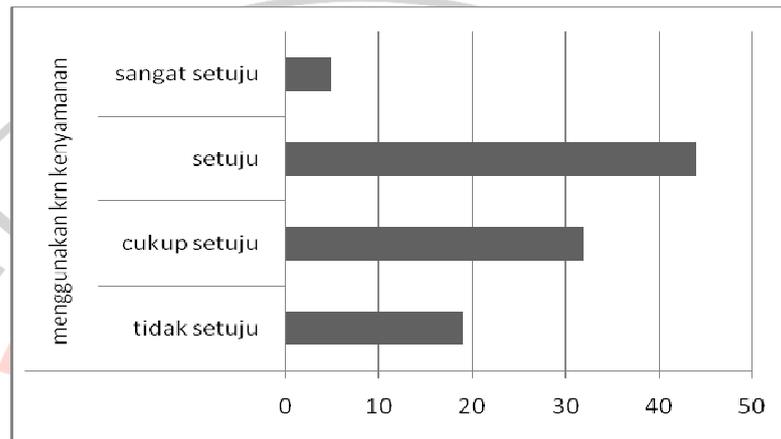
Hal tersebut secara kontinum dapat dibuat kategori sebagai berikut:



Sumber : Hasil pengolahan data 2008

GAMBAR 4.30
HASIL KONTINUM TANGGAPAN RESPONDEN MENGGUNAKAN KRD
KARENA LEBIH NYAMAN DARI TRANSPORTASI LAINNYA

Nilai 335 sesuai dengan data penelitian termasuk dalam kategori sedang dan tinggi, tapi lebih mendekati sedang. Jadi, tanggapan responden terhadap pernyataan menggunakan KRD karena kenyamanan dibanding transportasi yang lainnya dalam kategori sedang. Data yang diperoleh dari Tabel 4.18 dapat ditampilkan dalam bentuk Gambar 4.31



Sumber : Hasil pengolahan data 2008

GAMBAR 4.31
TANGGAPAN RESPONDEN MENGGUNAKAN KRD KARENA LEBIH NYAMAN DARI TRANSPORTASI LAINNYA

4. Tanggapan Responden Terhadap Menggunakan Jasa KRD Karena Adanya Jaminan Keselamatan Dari PT. KAI

Tabel 4.19 berikut ini akan menggambarkan bagaimana tanggapan responden terhadap item pernyataan menggunakan jasa KRD karena adanya jaminan keselamatan dari perusahaan. Adapun hal yang dinilai oleh responden dapat dilihat dari berbagai ukuran berikut.

TABEL 4.19
MENGGUNAKAN JASA KRD KARENA ADANYA JAMINAN
KESELAMATAN DARI PT.KAI

Pernyataan	Alternatif Jawaban	Frequency	Persen (%)
Menggunakan jasa KRD karena adanya jaminan keselamatan dari PT.KAI	Tidak setuju	25	19
	Cukup setuju	42	32
	Setuju	30	44
	Sangat Setuju	3	5
	Total	100	100
	Skor	311	

Sumber : Hasil pengolahan data 2008

Tabel 4.19 menunjukkan bahwa sebanyak 30 orang atau sebesar 30% dari 100 responden menyatakan setuju, sedangkan responden yang menyatakan cukup setuju ada sebanyak 42 orang atau sebanyak 42%. Selanjutnya responden yang menyatakan sangat setuju ada sebanyak 3 orang atau 3% sementara yang menyatakan tidak setuju ada sebanyak 25 orang atau 25% dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju atau 0%.

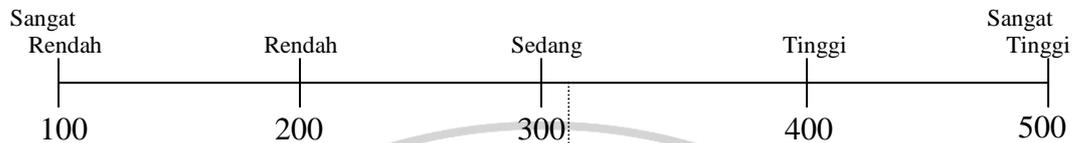
Berdasarkan rumus menurut Sugiyono (2008:135), untuk mencari daerah kontinum yang menunjukkan wilayah ideal dari tanggapan responden terhadap item pernyataan menggunakan KRD karena adanya jaminan keselamatan dari PT.KAI, maka dapat diketahui:

$$\begin{aligned} \text{Skor Ideal} &= 5 \times 1 \times 100 = 500 \\ \text{Skor Terendah} &= 1 \times 1 \times 100 = 100 \\ \text{Panjang Interval Kelas} &= 500 : 5 = 100 \end{aligned}$$

Jumlah skor tanggapan responden terhadap item pernyataan memilih KRD karena adanya jaminan keselamatan dari PT.KAI adalah 311, maka tanggapan 100

responden terhadap item pernyataan menggunakan KRD karena adanya jaminan keselamatan dari perusahaan adalah $(311 : 500) \times 100\% = 62,2\%$

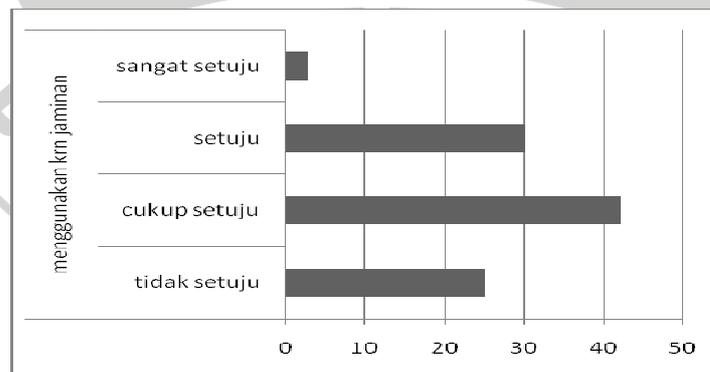
Hal tersebut secara kontinum dapat dibuat kategori sebagai berikut:



Sumber : Hasil pengolahan data 2008 **311**

GAMBAR 4.32
HASIL KONTINUM TANGGAPAN RESPONDEN MENGGUNAKAN KRD
KARENA ADANYA JAMINAN KESELAMATAN DARI PT.KAI

Nilai 311 sesuai dengan data penelitian termasuk dalam kategori sedang dan tinggi, tapi lebih mendekati sedang. Jadi, tanggapan responden terhadap pernyataan menggunakan KRD karena adanya jaminan keselamatan dari PT.KAI dalam kategori sedang. Data yang diperoleh dari Tabel 4.19 dapat ditampilkan dalam bentuk Gambar 4.33 berikut:



Sumber : Hasil pengolahan data 2008

GAMBAR 4.33
TANGGAPAN RESPONDEN MENGGUNAKAN KRD
KARENA ADANYA JAMINAN KESELAMATAN DARI PT.KAI

4.3.2 Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Dimensi Pilihan Merek

Adapun tanggapan responden mengenai keputusan menggunakan jasa indikator pilihan merek dilihat dari aspek menggunakan jasa KRD PATAS karena manfaat, kesetiaan terhadap merek, reputasi KRD PATAS lebih bagus daripada KRD EKONOMI, dan menggunakan jasa KRD PATAS karena lebih tepat waktu dari KRD EKONOMI. Dari hasil analisis data yang telah dilakukan, berikut ini data mengenai rekapitulasi skoring data dimensi pilihan merek yang disajikan pada Tabel 4.20 :

TABEL 4.20
REKAPITULASI SKORING DATA DIMENSI
PILIHAN MEREK

n	Indikator	Skor
100	Menggunakan jasa KRD PATAS karena manfaat (waktu,harga,fasilitas)lebih baik dibanding KRD EKONOMI	331
	Kesetiaan kepada merek	328
	Reputasi KRD PATAS lebih bagus dari KRD EKONOMI	298
	KRD PATAS lebih tepat waktu dari KRD EKONOMI	384
	Total Skor	1341

Sumber: Diolah dari hasil penelitian tahun 2008

Tabel 4.20 menunjukkan bahwa skor indikator dari pilihan merek yaitu KRD PATAS lebih tepat waktu dari KRD EKONOMI yaitu 384, menggunakan KRD PATAS karena manfaat yang lebih baik dibanding KRD EKONOMI

memperoleh skor 331, sedangkan kesetiaan pada merek memperoleh skor 328, dan yang memperoleh skor terendah adalah menggunakan KRD karena reputasi KRD PATAS lebih baik dari KRD EKONOMI memperoleh skor 298. Sedangkan untuk mencari daerah kontinum yang menunjukkan wilayah ideal dari tanggapan responden terhadap pilihan merek, berdasarkan rumus menurut Sugiyono (2008:135) adalah sebagai berikut:

Mencari skor tertinggi Pilihan merek

$$\text{Skor Ideal} = \text{Skor Tertinggi} \times \text{Jumlah Butir Pertanyaan} \times \text{Jumlah Responden}$$

$$\text{Skor Ideal} = 5 \times 4 \times 100 = 2000$$

Mencari Skor Terendah Pilihan merek

$$\text{Skor Terendah} = \text{Skor Terendah} \times \text{Jum. Butir Pertanyaan} \times \text{Jumlah Responden}$$

$$\text{Skor Terendah} = 1 \times 4 \times 100 = 400$$

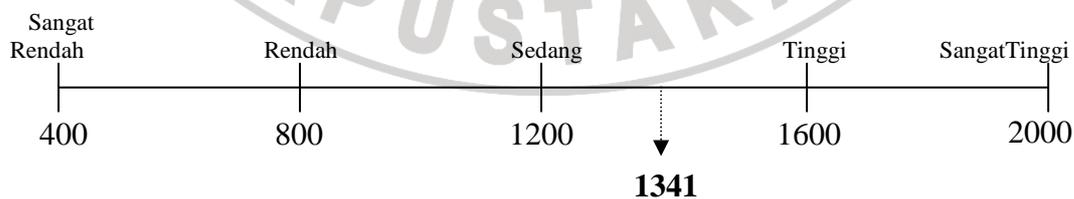
Mencari Panjang Interval Kelas Pilihan merek

$$\text{Panjang Interval Kelas} = \text{Skor Ideal} : \text{Banyak Kelas Interval}$$

$$\text{Panjang Interval Kelas} = 2000 : 5 = 400$$

Berdasarkan jumlah skor hasil pengumpulan data pilihan merek adalah 1288 (dapat dilihat pada Tabel 4.20). Dengan demikian, maka pilihan merek menurut persepsi 100 responden adalah $(1341 : 1000) \times 100\% = 134,1\%$

Hal ini secara kontinum dapat dibuat kategori sebagai berikut:



Sumber: Hasil pengolahan data 2008

GAMBAR 4.34

HASIL KONTINUM DIMENSI PILIHAN MEREK

Nilai 1341 sesuai dengan data penelitian, termasuk dalam kategori sedang dan tinggi, tetapi lebih mendekati kategori sedang. Jadi tanggapan responden mengenai pemilihan produk ada dalam sedang atau cukup baik. Indikator-indikator dari pilihan merek adalah sebagai berikut:

1. Tanggapan Responden Terhadap Menggunakan Jasa KRD PATAS Karena Manfaat Yang Lebih Baik dari KRD EKONOMI

Tabel 4.21 berikut ini akan menggambarkan bagaimana tanggapan responden terhadap item pernyataan menggunakan jasa KRD PATAS karena manfaat yang lebih baik dari KRD EKONOMI. Adapun hal yang dinilai oleh responden dapat dilihat dari berbagai ukuran berikut.

TABEL 4.21
MENGGUNAKAN JASA KRD PATAS KARENA MANFAAT YANG
LEBIH BAIK DARI KRD EKONOMI

Pernyataan	Alternatif Jawaban	Frequency	Persen (%)
Menggunakan jasa KRD PATAS karena manfaat yang lebih baik dari KRD EKONOMI	Tidak setuju	22	22
	Cukup setuju	29	29
	Setuju	45	45
	Sangat Setuju	4	4
	Total	100	100
	Skor	331	

Sumber : Hasil pengolahan data 2008

Tabel 4.21 menunjukkan bahwa sebanyak 45 orang atau sebesar 45% dari 100 responden menyatakan setuju, sedangkan responden yang menyatakan cukup setuju ada sebanyak 29 orang atau sebanyak 29%. Selanjutnya responden yang

menyatakan sangat setuju ada sebanyak 4 orang atau 4% sementara yang menyatakan tidak setuju ada sebanyak 22 orang atau 22% dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju atau 0%.

Berdasarkan rumus menurut Sugiyono (2008:135), untuk mencari daerah kontinum yang menunjukkan wilayah ideal dari tanggapan responden terhadap item pernyataan menggunakan KRD PATAS karena manfaat yang lebih baik dari KRD EKONOMI, maka dapat diketahui:

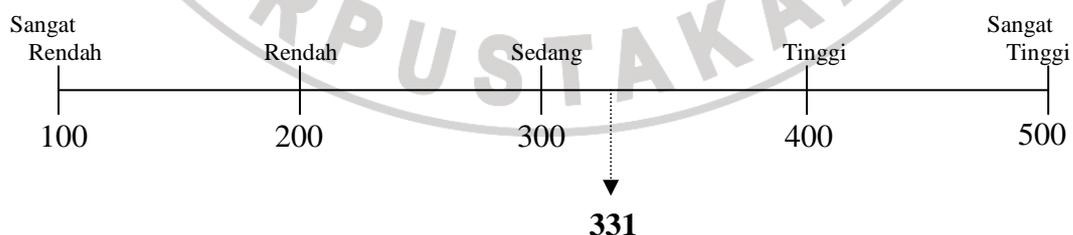
$$\text{Skor Ideal} = 5 \times 1 \times 100 = 500$$

$$\text{Skor Terendah} = 1 \times 1 \times 100 = 100$$

$$\text{Panjang Interval Kelas} = 500 : 5 = 100$$

Jumlah skor tanggapan responden terhadap item pernyataan memilih KRD PATAS karena manfaat yang lebih baik dari KRD EKONOMI adalah 331, maka tanggapan 100 responden terhadap item pernyataan menggunakan KRD karena manfaat yang lebih baik dari KRD EKONOMI adalah $(331 : 500) \times 100\% = 66,2\%$

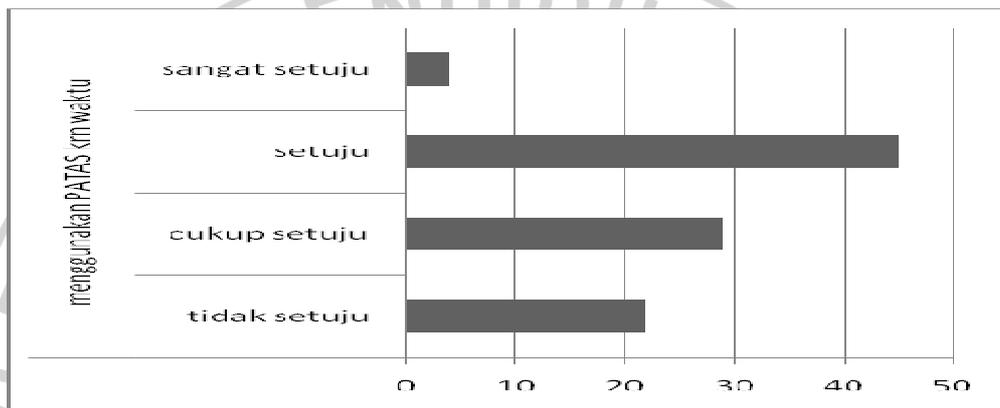
Hal tersebut secara kontinum dapat dibuat kategori sebagai berikut:



Sumber : Hasil pengolahan data 2008

GAMBAR 4.35
HASIL KONTINUM TANGGAPAN RESPONDEN MENGGUNAKAN KRD
PATAS KARENA MANFAAT YANG LEBIH BAIK DARI KRD EKONOMI

Nilai 331 sesuai dengan data penelitian termasuk dalam kategori sedang dan tinggi, tapi lebih mendekati sedang. Jadi, tanggapan responden terhadap pernyataan menggunakan KRD karena manfaat yang lebih baik dari KRD EKONOMI ada dalam kategori sedang. Data yang diperoleh dari Tabel 4.22 dapat ditampilkan dalam bentuk Gambar 4.36:



Sumber : Hasil pengolahan data 2008

GAMBAR 4.36
TANGGAPAN RESPONDEN MENGGUNAKAN KRD PATAS KARENA
MANFAAT YANG LEBIH BAIK DARI KRD EKONOMI

2. Tanggapan Responden Terhadap Kesetiaan Pada Merek KRD PATAS

Tabel 4.22 berikut ini akan menggambarkan bagaimana tanggapan responden terhadap item pernyataan kesetiaan pada merek jasa. Adapun hal yang dinilai oleh responden dapat dilihat dari berbagai ukuran berikut.

TABEL 4.22
KESETIAAN KEPADA MEREK KRD PATAS

Pernyataan	Alternatif Jawaban	Frequency	Persen (%)
Walaupun harga tiket KRD	Tidak setuju	24	24

Pernyataan	Alternatif Jawaban	Frequency	Persen (%)
PATAS lebih mahal,namun tidak akan berpindah menggunakan KRD EKONOMI	Cukup setuju	31	21
	Setuju	38	38
	Sangat Setuju	7	7
	Total	100	100
	Skor	328	

Sumber : Hasil pengolahan data 2008

Tabel 4.22 menunjukkan bahwa sebanyak 38 orang atau sebesar 38% dari 100 responden menyatakan setuju, sedangkan responden yang menyatakan cukup setuju ada sebanyak 31 orang atau sebanyak 31%. Selanjutnya responden yang menyatakan sangat setuju ada sebanyak 7 orang atau 7% sementara yang menyatakan tidak setuju ada sebanyak 24 orang atau 24% dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju atau 0%.

Berdasarkan rumus menurut Sugiyono (2008:135), untuk mencari daerah kontinum yang menunjukkan wilayah ideal dari tanggapan responden terhadap kesetiaan kepada merek KRD PATAS, maka dapat diketahui:

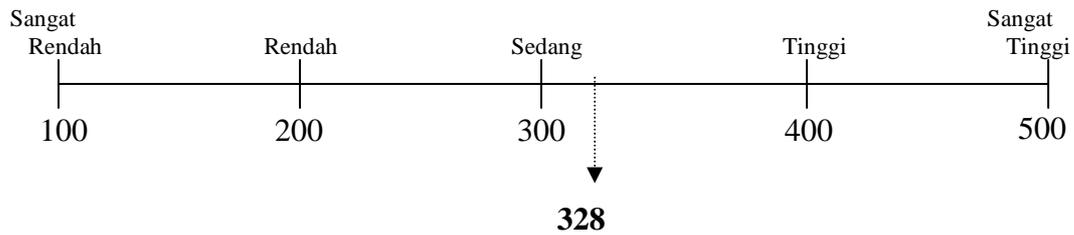
$$\text{Skor Ideal} = 5 \times 1 \times 100 = 500$$

$$\text{Skor Terendah} = 1 \times 1 \times 100 = 100$$

$$\text{Panjang Interval Kelas} = 500 : 5 = 100$$

Jumlah skor tanggapan responden terhadap kesetiaan kepada merek KRD PATAS adalah 328, maka tanggapan 100 responden terhadap item pernyataan kesetiaan kepada merek KRD PATAS adalah $(328 : 500) \times 100\% = 65,6\%$

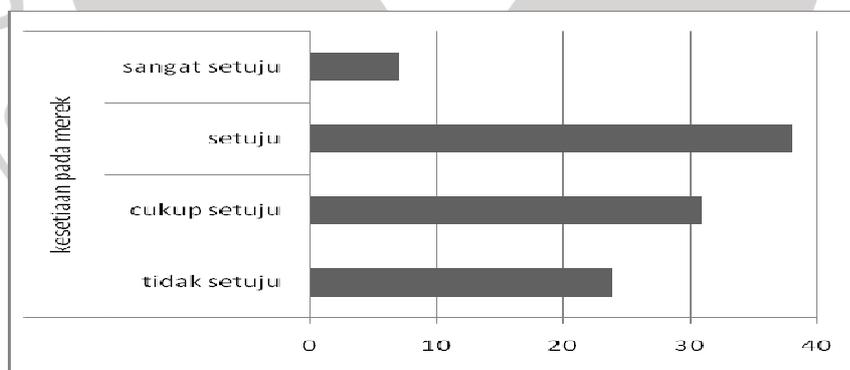
Hal tersebut secara kontinum dapat dibuat kategori sebagai berikut:



Sumber : Hasil pengolahan data 2008

GAMBAR 4.37
HASIL KONTINUM TANGGAPAN RESPONDEN KESETIAAN
TERHADAP MEREK KRD PATAS

Nilai 328 sesuai dengan data penelitian termasuk dalam kategori sedang dan tinggi, tapi lebih mendekati sedang. Jadi, tanggapan responden terhadap pernyataan kesetiaan kepada merek KRD PATAS ada dalam kategori sedang. Data yang diperoleh dari Tabel 4.22 dapat ditampilkan dalam bentuk Gambar 4.38:



Sumber : Hasil pengolahan data 2008

GAMBAR 4.38
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP KESETIAAN MEREK KRD
PATAS

3. Tanggapan Responden Terhadap Reputasi KRD PATAS Lebih Baik dari KRD EKONOMI

Tabel 4.23 berikut ini akan menggambarkan bagaimana tanggapan responden terhadap item pernyataan reputasi KRD PATAS lebih baik dari KRD EKONOMI. Adapun hal yang dinilai oleh responden dapat dilihat dari berbagai ukuran berikut.

TABEL 4.23
REPUTASI KRD PATAS LEBIH BAIK DARI KRD EKONOMI

Pernyataan	Alternatif Jawaban	Frequency	Persen (%)
Reputasi KRD PATAS lebih baik daripada KRD EKONOMI	Tidak setuju	22	22
	Cukup setuju	24	24
	Setuju	44	44
	Sangat Setuju	10	10
	Total	100	100
	Skor	298	

Sumber : Hasil pengolahan data 2008

Tabel 4.23 menunjukkan bahwa sebanyak 44 orang atau sebesar 44% dari 100 responden menyatakan setuju, sedangkan responden yang menyatakan cukup setuju ada sebanyak 24 orang atau sebanyak 24%. Selanjutnya responden yang menyatakan sangat setuju ada sebanyak 10 orang atau 10% sementara yang menyatakan tidak setuju ada sebanyak 22 orang atau 22% dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju atau 0%.

Berdasarkan rumus menurut Sugiyono (2008:135), untuk mencari daerah kontinum yang menunjukkan wilayah ideal dari tanggapan responden terhadap reputasi KRD PATAS lebih baik dari KRD EKONOMI, maka dapat diketahui:

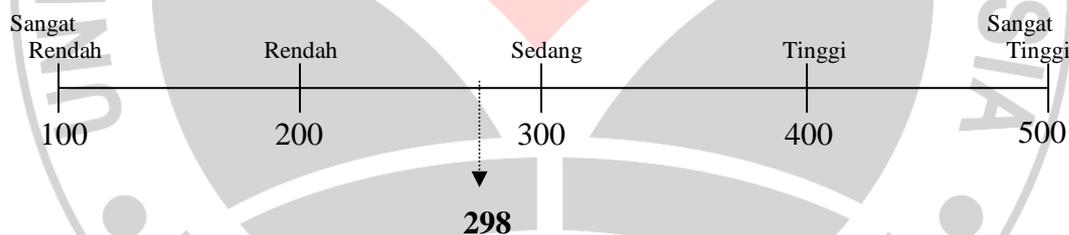
$$\text{Skor Ideal} = 5 \times 1 \times 100 = 500$$

$$\text{Skor Terendah} = 1 \times 1 \times 100 = 100$$

$$\text{Panjang Interval Kelas} = 500 : 5 = 100$$

Jumlah skor tanggapan responden terhadap reputasi KRD PATAS lebih baik dari pada KRD EKONOMI adalah 298, maka tanggapan 100 responden terhadap item pernyataan reputasi KRD PATAS lebih baik dari pada KRD EKONOMI adalah $(298 : 500) \times 100\% = 59,6\%$

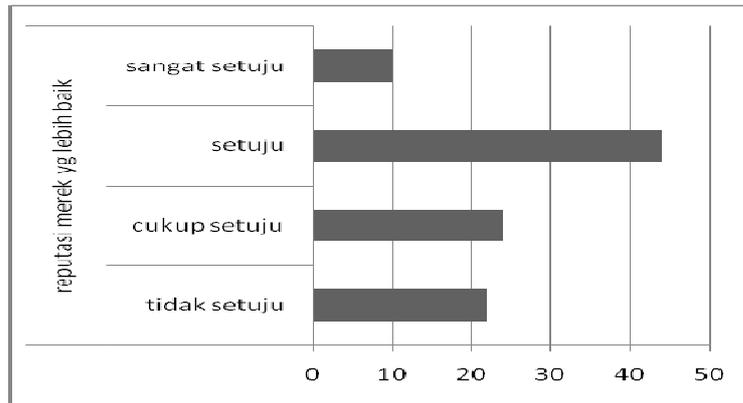
Hal tersebut secara kontinum dapat dibuat kategori sebagai berikut:



Sumber : Hasil pengolahan data 2008

GAMBAR 4.39
HASIL KONTINUM TANGGAPAN RESPONDEN REPUTASI KRD PATAS
LEBIH BAIK DARI KRD EKONOMI

Nilai 328 sesuai dengan data penelitian termasuk dalam kategori rendah dan sedang, tapi lebih mendekati sedang. Jadi, tanggapan responden terhadap pernyataan reputasi KRD PATAS lebih baik dari pada KRD EKONOMI ada dalam kategori sedang. Data yang diperoleh dari Tabel 4.23 dapat ditampilkan dalam bentuk Gambar 4.40:



Sumber : Hasil pengolahan data 2008

GAMBAR 4.40
TANGGAPAN RESPONDEN REPUTASI KRDPATAS LEBIH BAIK
DARI KRDEKONOMI

4. Tanggapan Responden Terhadap KRDPATAS Lebih Tepat Waktu dari KRDEKONOMI

Tabel 4.24 berikut ini akan menggambarkan bagaimana tanggapan responden terhadap item pernyataan KRDPATAS lebih tepat waktu dari KRDEKONOMI. Adapun hal yang dinilai oleh responden dapat dilihat dari berbagai ukuran berikut.

TABEL 4.24
KRDPATAS LEBIH TEPAT WAKTU DARI KRDEKONOMI

Pernyataan	Alternatif Jawaban	Frequency	Persen (%)
Jadwal keberangkatan KRDPATAS lebih tepat waktu daripada KRDEKONOMI	Tidak setuju	4	4
	Cukup setuju	26	26
	Setuju	52	52
	Sangat Setuju	18	18
	Total	100	100
	Skor	384	

Sumber : Hasil pengolahan data 2008

Tabel 4.24 menunjukkan bahwa sebanyak 52 orang atau sebesar 52% dari 100 responden menyatakan setuju, sedangkan responden yang menyatakan cukup setuju ada sebanyak 26 orang atau sebanyak 26%. Selanjutnya responden yang menyatakan sangat setuju ada sebanyak 18 orang atau 18% sementara yang menyatakan tidak setuju ada sebanyak 4 orang atau 4% dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju atau 0%.

Berdasarkan rumus menurut Sugiyono (2008:135), untuk mencari daerah kontinum yang menunjukkan wilayah ideal dari tanggapan responden terhadap item pernyataan KRD PATAS lebih tepat waktu dari KRD EKONOMI, maka dapat diketahui:

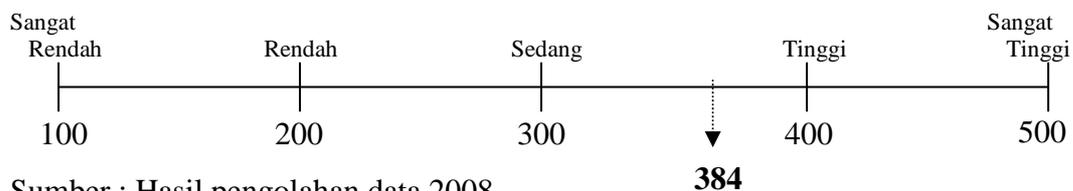
$$\text{Skor Ideal} = 5 \times 1 \times 100 = 500$$

$$\text{Skor Terendah} = 1 \times 1 \times 100 = 100$$

$$\text{Panjang Interval Kelas} = 500 : 5 = 100$$

Jumlah skor tanggapan responden terhadap item pernyataan KRD PATAS lebih tepat waktu dari KRD EKONOMI adalah 384, maka tanggapan 100 responden terhadap item pernyataan pernyataan KRD PATAS lebih tepat waktu dari KRD EKONOMI adalah $(384 : 500) \times 100\% = 76,8\%$

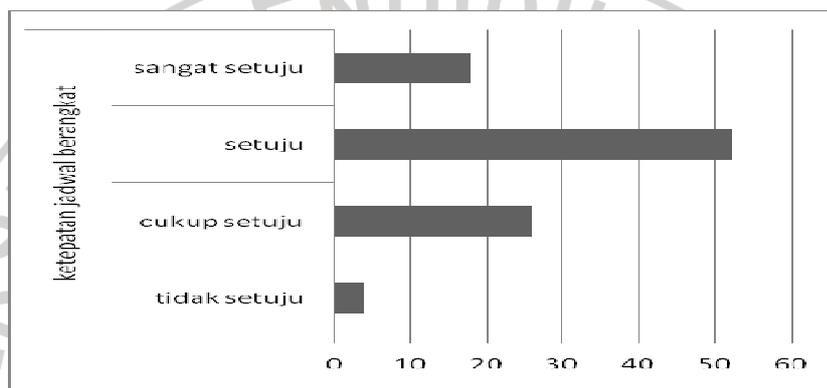
Hal tersebut secara kontinum dapat dibuat kategori sebagai berikut:



Sumber : Hasil pengolahan data 2008

GAMBAR 4.41
HASIL KONTINUM TANGGAPAN RESPONDEN KRD PATAS LEBIH
TEPAT WAKTU DARI KRD EKONOMI

Nilai 384 sesuai dengan data penelitian termasuk dalam kategori sedang dan tinggi, tapi lebih mendekati tinggi. Jadi, tanggapan responden terhadap pernyataan KRD PATAS lebih tepat waktu dari KRD EKONOMI ada dalam kategori tinggi. Data yang diperoleh dari Tabel 4.24 dapat ditampilkan dalam bentuk Gambar 4.41:



GAMBAR 4.42
TANGGAPAN RESPONDEN KRD PATAS LEBIH TEPAT WAKTU DARI
KRD EKONOMI

4.3.3 Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa

Dimensi Waktu Pembelian

Adapun tanggapan responden mengenai keputusan menggunakan jasa indikator waktu pembelian dilihat dari aspek menggunakan jasa KRD PATAS karena keperluan tertentu, perlunya penambahan jadwal keberangkatan KRD PATAS. Dari hasil analisis data yang telah dilakukan, berikut ini data mengenai rekapitulasi skoring data dimensi waktu pembelian yang disajikan pada Tabel 4.25 :

TABEL 4.25
REKAPITULASI SKORING DATA DIMENSI
WAKTU PEMBELIAN

n	Indikator	Skor
100	Menggunakan jasa KRD PATAS karena keperluan tertentu	440
	Perlunya penambahan jam keberangkatan KRD PATAS	344
	Total Skor	784

Sumber: Diolah dari hasil penelitian tahun 2008

Tabel 4.25 menunjukkan bahwa skor indikator menggunakan KRD PATAS untuk keperluan tertentu yaitu 384, dan perlunya penambahan jam keberangkatan KRD PATAS yaitu 344. Sedangkan untuk mencari daerah kontinum yang menunjukkan wilayah ideal dari tanggapan responden terhadap waktu pembelian, berdasarkan rumus menurut Sugiyono (2008:135) adalah sebagai berikut:

Mencari skor tertinggi Waktu pembelian

$$\text{Skor Ideal} = \text{Skor Tertinggi} \times \text{Jumlah Butir Pertanyaan} \times \text{Jumlah Responden}$$

$$\text{Skor Ideal} = 5 \times 2 \times 100 = 1000$$

Mencari Skor Terendah Waktu pembelian

$$\text{Skor Terendah} = \text{Skor Terendah} \times \text{Jum. Butir Pertanyaan} \times \text{Jumlah Responden}$$

$$\text{Skor Terendah} = 1 \times 2 \times 100 = 200$$

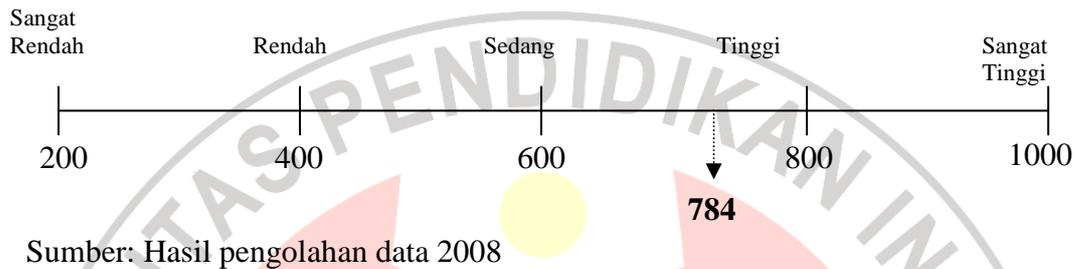
Mencari Panjang Interval Kelas Waktu pembelian

$$\text{Panjang Interval Kelas} = \text{Skor Ideal} : \text{Banyak Kelas Interval}$$

$$\text{Panjang Interval Kelas} = 1000 : 5 = 200$$

Berdasarkan jumlah skor hasil pengumpulan data waktu pembelian adalah 728 (dapat dilihat pada Tabel 4.25). Dengan demikian, maka waktu pembelian menurut persepsi 100 responden adalah $(728 : 1000) \times 100\% = 72,8\%$

Hal ini secara kontinum dapat dibuat kategori sebagai berikut.



GAMBAR 4.43

HASIL KONTINUM DIMENSI WAKTU PEMBELIAN

Nilai 784 sesuai dengan data penelitian, termasuk dalam kategori sedang dan tinggi, tetapi lebih mendekati kategori tinggi. Jadi tanggapan responden mengenai waktu pembelian ada dalam kategori tinggi. Indikator-indikator dari waktu pembelian adalah sebagai berikut:

1. Tanggapan Responden Terhadap Menggunakan Jasa KRD PATAS Untuk Keperluan Tertentu Saja

Tabel 4.26 berikut ini akan menggambarkan bagaimana tanggapan responden terhadap item pernyataan menggunakan KRD PATAS hanya pada waktu tertentu. Adapun hal yang dinilai oleh responden dapat dilihat dari berbagai ukuran berikut.

TABEL 4.26
MENGGUNAKAN KRD PATAS HANYA UNTUK KEPERLUAN
TERTEHTU SAJA

Pernyataan	Alternatif Jawaban	Frequency	Persen (%)
Menggunakan KRD PATAS hanya untuk keperluan tertentu saja	Tidak setuju	6	22
	Cukup setuju	29	24
	Setuju	44	44
	Sangat Setuju	21	10
	Total	100	100
	Skor	440	

Sumber : Hasil pengolahan data 2008

Tabel 4.26 menunjukkan bahwa sebanyak 44 orang atau sebesar 44% dari 100 responden menyatakan setuju, sedangkan responden yang menyatakan cukup setuju ada sebanyak 29 orang atau sebanyak 29%. Selanjutnya responden yang menyatakan sangat setuju ada sebanyak 21 orang atau 21% sementara yang menyatakan tidak setuju ada sebanyak 6 orang atau 6% dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju atau 0%.

Berdasarkan rumus menurut Sugiyono (2008:135), untuk mencari daerah kontinum yang menunjukkan wilayah ideal dari tanggapan responden terhadap menggunakan KRD PATAS untuk keperluan tertentu saja, maka dapat diketahui:

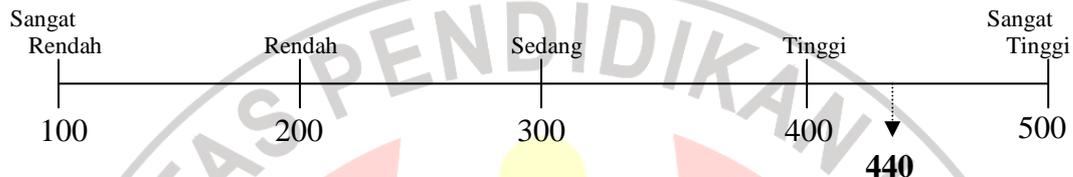
$$\text{Skor Ideal} = 5 \times 1 \times 100 = 500$$

$$\text{Skor Terendah} = 1 \times 1 \times 100 = 100$$

$$\text{Panjang Interval Kelas} = 500 : 5 = 100$$

Jumlah skor tanggapan responden terhadap menggunakan KRD PATAS untuk keperluan tertentu saja adalah 440, maka tanggapan 100 responden terhadap item pernyataan menggunakan KRD PATAS untuk keperluan tertentu saja adalah $(440 : 500) \times 100\% = 88\%$

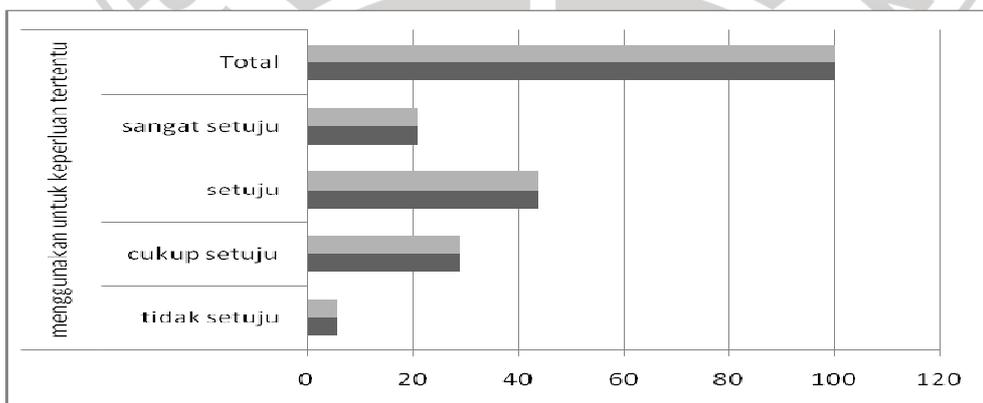
Hal tersebut secara kontinum dapat dibuat kategori sebagai berikut:



Sumber : Hasil pengolahan data 2008

GAMBAR 4.44
HASIL KONTINUM TANGGAPAN RESPONDEN MENGGUNAKAN KRD PATAS UNTUK KEPERLUAN TERTENTU SAJA

Nilai 440 sesuai dengan data penelitian termasuk dalam kategori tinggi dan sangat tinggi, tapi lebih mendekati tinggi. Jadi, tanggapan responden terhadap pernyataan menggunakan KRD PATAS hanya untuk keperluan tertentu saja ada dalam kategori tinggi. Data yang diperoleh dari Tabel 4.26 dapat ditampilkan dalam bentuk Gambar 4.45:



GAMBAR 4.45
TANGGAPAN RESPONDEN MENGGUNAKAN KRD PATAS UNTUK KEPERLUAN TERTENTU SAJA

2. Tanggapan Responden Terhadap Perlunya Penambahan Jam Keberangkatan KRD PATAS

Tabel 4.27 berikut ini akan menggambarkan bagaimana tanggapan responden terhadap item pernyataan perlunya penambahan jam keberangkatan KRD PATAS. Adapun hal yang dinilai oleh responden dapat dilihat dari berbagai ukuran berikut.

TABEL 4.27
PERLUNYA PENAMBAHAN JAM KEBERANGKATAN KRD PATAS

Pernyataan	Alternatif Jawaban	Frequency	Persen (%)
Jam KRD PATAS perlu ditambah lagi	Tidak setuju	16	16
	Cukup setuju	31	31
	Setuju	46	46
	Sangat Setuju	7	7
	Total	100	100
	Skor	344	

Sumber : Hasil pengolahan data 2008

Tabel 4.27 menunjukkan bahwa sebanyak 46 orang atau sebesar 46% dari 100 responden menyatakan setuju, sedangkan responden yang menyatakan cukup setuju ada sebanyak 31 orang atau sebanyak 31%. Selanjutnya responden yang menyatakan sangat setuju ada sebanyak 7 orang atau 7% sementara yang menyatakan tidak setuju ada sebanyak 16 orang atau 16% dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju atau 0%.

Berdasarkan rumus menurut Sugiyono (2008:135), untuk mencari daerah kontinum yang menunjukkan wilayah ideal dari tanggapan responden terhadap perlunya menambah jam keberangkatan KRD PATAS, maka dapat diketahui:

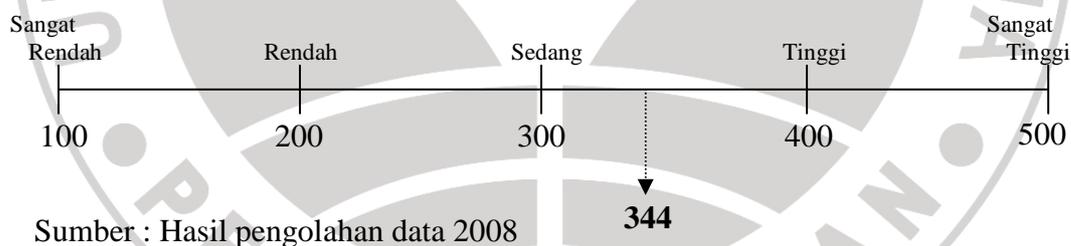
$$\text{Skor Ideal} = 5 \times 1 \times 100 = 500$$

$$\text{Skor Terendah} = 1 \times 1 \times 100 = 100$$

$$\text{Panjang Interval Kelas} = 500 : 5 = 100$$

Jumlah skor tanggapan responden terhadap perlunya penambahan jam keberangkatan KRD PATAS adalah 344, maka tanggapan 100 responden terhadap item pernyataan perlunya penambahan jam keberangkatan KRD PATAS adalah $(344 : 500) \times 100\% = 68,8\%$

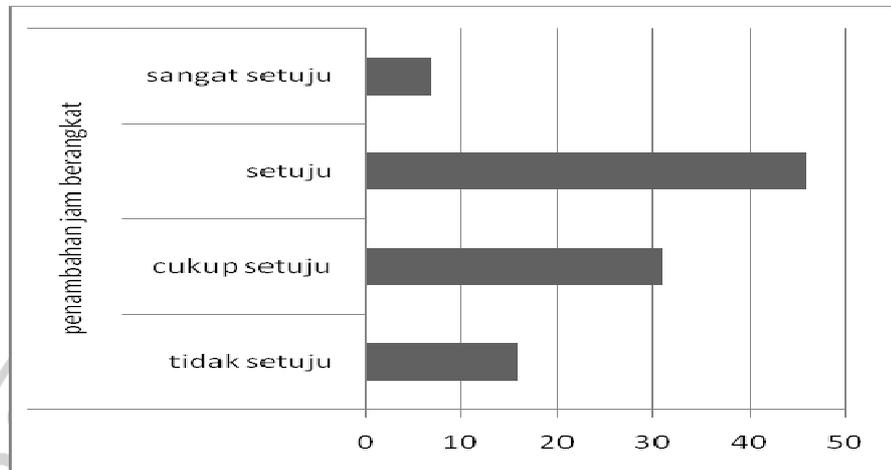
Hal tersebut secara kontinum dapat dibuat kategori sebagai berikut:



GAMBAR 4.46
HASIL KONTINUM TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP
PERLUNYA PENAMBAHAN JAM KEBERANGKATAN KRD PATAS

Nilai 344 sesuai dengan data penelitian termasuk dalam kategori sedang dan tinggi, tapi lebih mendekati sedang. Jadi, tanggapan responden terhadap pernyataan perlunya penambahan jam keberangkatan KRD PATAS ada dalam

kategori sedang. Data yang diperoleh dari Tabel 4.27 dapat ditampilkan dalam bentuk Gambar 4.47:



Sumber : Hasil pengolahan data 2008

GAMBAR 4.47
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP PERLUNYA PENAMBAHAN
JAM KEBERANGKATAN KRD PATAS

4.3.4 Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa

Dimensi Jumlah Pembelian

Adapun tanggapan responden mengenai keputusan menggunakan jasa indikator jumlah pembelian dilihat dari aspek menggunakan jasa KRD PATAS karena manfaat yang ditawarkan, harga tiket bulanan lebih murah dari tiket harian, intensitas menggunakan KRD PATAS daripada alat transportasi lain, intensitas menggunakan KRD PATAS karena reputasi PT.KAI. Dari hasil analisis data yang telah dilakukan, berikut ini data mengenai rekapitulasi skoring data dimensi jumlah pembelian yang disajikan pada Tabel 4.28.

TABEL 4.28
REKAPITULASI SKORING DATA DIMENSI
JUMLAH PEMBELIAN

n	Indikator	Skor
100	Menggunakan jasa KRD PATAS karena manfaat yang ditawarkan	342
	Harga tiket bulanan lebih murah daripada tiket harian	314
	Intensitas menggunakan KRD PATAS daripada alat transportasi lain	329
	Intensitas menggunakan KRD PATAS karena reputasi PT.KAI	330
	Total Skor Presentasi Penjualan	1315

Sumber: Diolah dari hasil penelitian tahun 2008

Tabel 4.28 menunjukkan bahwa skor indikator jumlah pembelian untuk manfaat yang ditawarkan adalah 342, harga tiket bulanan yang lebih murah memperoleh skor 314, intensitas menggunakan KRD PATAS daripada alat transportasi lainnya memperoleh skor 329, dan intensitas menggunakan KRD PATAS karena reputasi perusahaan memperoleh skor 330. Sedangkan untuk mencari daerah kontinum yang menunjukkan wilayah ideal dari tanggapan responden terhadap jumlah pembelian, berdasarkan rumus menurut Sugiyono (2008:135) adalah sebagai berikut:

Mencari skor tertinggi Jumlah pembelian

$$\text{Skor Ideal} = \text{Skor Tertinggi} \times \text{Jumlah Butir Pertanyaan} \times \text{Jumlah Responden}$$

$$\text{Skor Ideal} = 5 \times 4 \times 100 = 2000$$

Mencari Skor Terendah Jumlah pembelian

$$\text{Skor Terendah} = \text{Skor Terendah} \times \text{Jum. Butir Pertanyaan} \times \text{Jumlah Responden}$$

$$\text{Skor Terendah} = 1 \times 4 \times 100 = 400$$

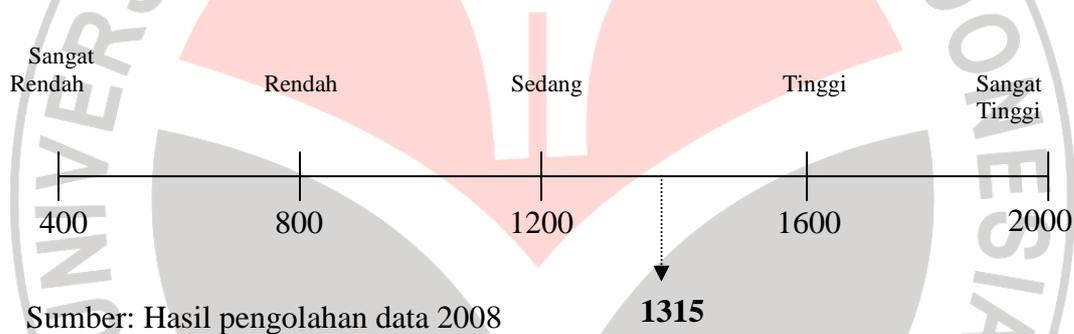
Mencari Panjang Interval Kelas Jumlah pembelian

Panjang Interval Kelas = Skor Ideal : Banyak Kelas Interval

Panjang Interval Kelas = $2000 : 5 = 400$

Berdasarkan jumlah skor hasil pengumpulan data jumlah pembelian adalah 1315 (dapat dilihat pada Tabel 4.28). Dengan demikian, maka jumlah pembelian menurut persepsi 100 responden adalah $(1315 : 1000) \times 100\% = 131,5\%$

Hal ini secara kontinum dapat dibuat kategori sebagai berikut.



Sumber: Hasil pengolahan data 2008

1315

GAMBAR 4.48

HASIL KONTINUM DIMENSI JUMLAH PEMBELIAN

Nilai 1315 sesuai dengan data penelitian, termasuk dalam kategori sedang dan tinggi, tetapi lebih mendekati kategori sedang. Jadi tanggapan responden mengenai jumlah pembelian ada dalam kategori sedang. Indikator-indikator dari jumlah pembelian adalah sebagai berikut:

1. Tanggapan Responden Terhadap Perlunya Penambahan Jam Keberangkatan KRD PATAS

Tabel 4.29 berikut ini akan menggambarkan bagaimana tanggapan responden terhadap item pernyataan menggunakan KRD PATAS karena manfaat yang ditawarkan. Adapun hal yang dinilai oleh responden dapat dilihat dari berbagai ukuran berikut.

TABEL 4.29
MENGGUNAKAN KRD PATAS KARENA MANFAAT YANG DITAWARKAN

Pernyataan	Alternatif Jawaban	Frequency	Persen (%)
Sering menggunakan KRD PATAS karena manfaat yang ditawarkan	Tidak setuju	15	15
	Cukup setuju	31	31
	Setuju	51	51
	Sangat Setuju	3	3
	Total	100	100
	Skor	342	

Sumber : Hasil pengolahan data 2008

Tabel 4.29 menunjukkan bahwa sebanyak 51 orang atau sebesar 51% dari 100 responden menyatakan setuju, sedangkan responden yang menyatakan cukup setuju ada sebanyak 31 orang atau sebanyak 31%. Selanjutnya responden yang menyatakan sangat setuju ada sebanyak 3 orang atau 3% sementara yang menyatakan tidak setuju ada sebanyak 15 orang atau 15% dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju atau 0%.

Berdasarkan rumus menurut Sugiyono (2008:135), untuk mencari daerah kontinum yang menunjukkan wilayah ideal dari tanggapan responden terhadap

seringnya menggunakan KRD PATAS karena manfaat yang ditawarkan, maka dapat diketahui:

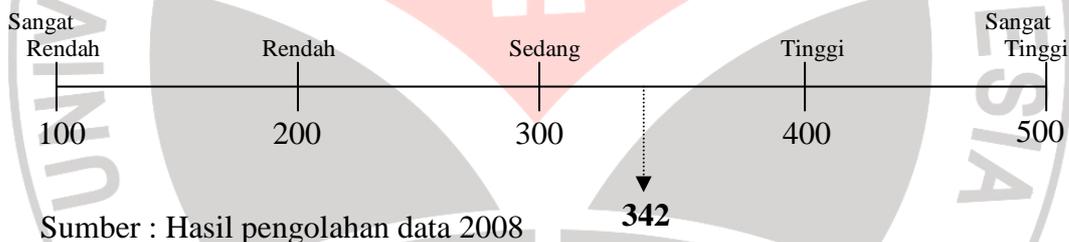
$$\text{Skor Ideal} = 5 \times 1 \times 100 = 500$$

$$\text{Skor Terendah} = 1 \times 1 \times 100 = 100$$

$$\text{Panjang Interval Kelas} = 500 : 5 = 100$$

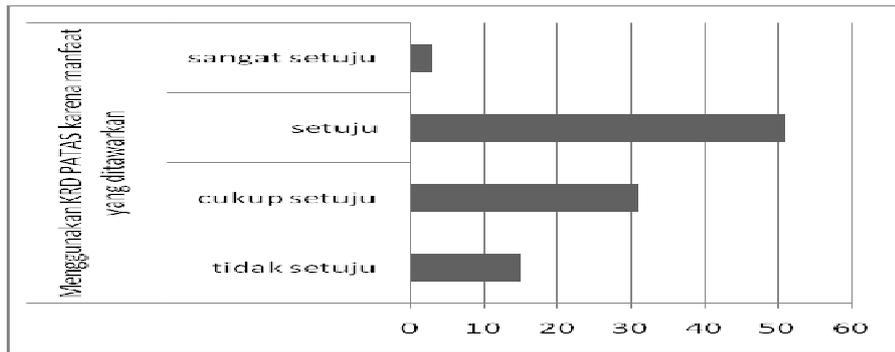
Jumlah skor tanggapan responden terhadap seringnya menggunakan KRD PATAS karena manfaat yang ditawarkan adalah 342, maka tanggapan 100 responden terhadap item menggunakan KRD PATAS karena manfaat yang ditawarkan adalah $(342 : 500) \times 100\% = 68,4\%$

Hal tersebut secara kontinum dapat dibuat kategori sebagai berikut:



GAMBAR 4.49
HASIL KONTINUM TANGGAPAN RESPONDEN MENGGUNAKAN KRD PATAS KARENA MANFAAT YANG DITAWARKAN

Nilai 342 sesuai dengan data penelitian termasuk dalam kategori sedang dan tinggi, tapi lebih mendekati sedang. Jadi, tanggapan responden terhadap sering menggunakan KRD PATAS karena manfaat yang ditawarkan ada dalam kategori sedang. Data yang diperoleh dari Tabel 4.29 dapat ditampilkan dalam bentuk Gambar 4.50:



Sumber : Hasil pengolahan data 2008

GAMBAR 4.50
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP SERINGNYA MENGGUNAKAN
KRD PATAS KARENA MANFAAT YANG DITAWARKAN

2. Tanggapan Responden Terhadap Harga Tiket Bulanan Lebih Murah daripada Harga Tiket Harian

Tabel 4.30 berikut ini akan menggambarkan bagaimana tanggapan responden terhadap item harga tiket bulanan KRD PATAS lebih murah dari tiket harian. Adapun hal yang dinilai oleh responden dapat dilihat dari berbagai ukuran berikut

TABEL 4.30
HARGA TIKET BULANAN KRD PATAS LEBIH MURAH DARIPADA
TIKET HARIAN

Pernyataan	Alternatif Jawaban	Frequency	Persen (%)
Harga tiket bulanan KRD PATAS lebihmurah daripada tiket harian	Tidak setuju	27	27
	Cukup setuju	34	34
	Setuju	37	37
	Sangat Setuju	2	2
	Total	100	100
	Skor	314	

Sumber : Hasil pengolahan data 2008

Tabel 4.30 menunjukkan bahwa sebanyak 37 orang atau sebesar 37% dari 100 responden menyatakan setuju, sedangkan responden yang menyatakan cukup setuju ada sebanyak 34 orang atau sebanyak 34%. Selanjutnya responden yang menyatakan sangat setuju ada sebanyak 2 orang atau 2% sementara yang menyatakan tidak setuju ada sebanyak 27 orang atau 27% dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju atau 0%.

Berdasarkan rumus menurut Sugiyono (2008:135), untuk mencari daerah kontinum yang menunjukkan wilayah ideal dari tanggapan responden terhadap harga tiket bulanan lebih murah daripada tiket harian, maka dapat diketahui:

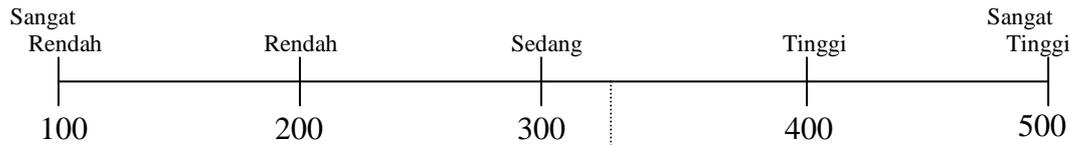
$$\text{Skor Ideal} = 5 \times 1 \times 100 = 500$$

$$\text{Skor Terendah} = 1 \times 1 \times 100 = 100$$

$$\text{Panjang Interval Kelas} = 500 : 5 = 100$$

Jumlah skor tanggapan responden terhadap harga tiket bulanan KRD PATAS lebih murah dari tiket harian adalah 314, maka tanggapan 100 responden terhadap item pernyataan harga tiket bulanan KRD PATAS lebih murah dari tiket harian adalah $(314 : 500) \times 100\% = 62,8\%$

Hal tersebut secara kontinum dapat dibuat kategori sebagai berikut:

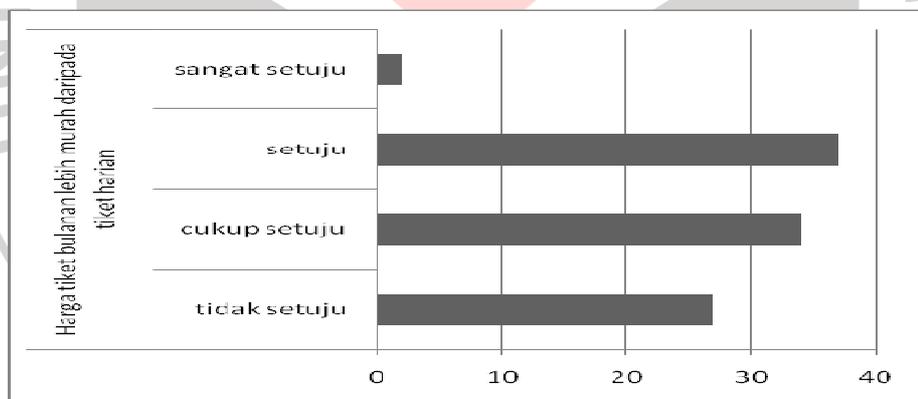


Sumber : Hasil pengolahan data 2008

314

GAMBAR 4.51
HASIL KONTINUM TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP
HARGA TIKET BULANAN KRD PATAS LEBIH MURAH DARIPADA
TIKET HARIAN

Nilai 314 sesuai dengan data penelitian termasuk dalam kategori sedang dan tinggi, tapi lebih mendekati sedang. Jadi, tanggapan responden terhadap harga tiket bulanan lebih murah daripada tiket harian ada dalam kategori sedang. Data yang diperoleh dari Tabel 4.30 dapat ditampilkan dalam bentuk Gambar 4.52



Sumber : Hasil pengolahan data 2008

GAMBAR 4.52
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP HARGA TIKET BULANAN
KRD PATAS LEBIH MURAH DARIPADA TIKET HARIAN

3. Tanggapan Responden Terhadap Intensitas Menggunakan KRD PATAS dibanding Alat Transportasi lain

Tabel 4.31 berikut ini akan menggambarkan bagaimana tanggapan responden terhadap item intensitas menggunakan KRD PATAS dibanding alat transportasi lain. Adapun hal yang dinilai oleh responden dapat dilihat dari berbagai ukuran berikut:

TABEL 4.31
INTENSITAS MENGGUNAKAN KRD PATAS DIBANDING ALAT TRANSPORTASI YANG LAIN

Pernyataan	Alternatif Jawaban	Frequency	Persen (%)
Intensitas menggunakan KRD PATAS daripada alat transportasi lain	Tidak setuju	23	23
	Cukup setuju	31	31
	Setuju	40	40
	Sangat Setuju	6	6
	Total	100	100
	Skor	329	

Sumber : Hasil pengolahan data 2008

Tabel 4.31 menunjukkan bahwa sebanyak 23 orang atau sebesar 23% dari 100 responden menyatakan setuju, sedangkan responden yang menyatakan cukup setuju ada sebanyak 31 orang atau sebanyak 31%. Selanjutnya responden yang menyatakan sangat setuju ada sebanyak 6 orang atau 6% , yang menyatakan tidak setuju ada sebanyak 23 orang atau 23% dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju atau 0%.

Berdasarkan rumus menurut Sugiyono (2008:135), untuk mencari daerah kontinum yang menunjukkan wilayah ideal dari tanggapan responden terhadap

intensitas menggunakan KRD PATAS dibanding alat transportasi lain, maka dapat diketahui:

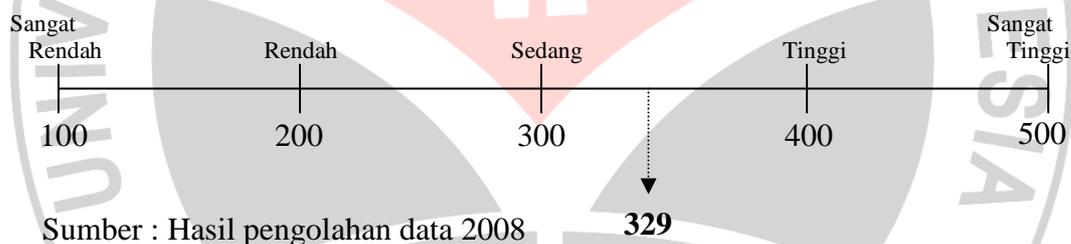
$$\text{Skor Ideal} = 5 \times 1 \times 100 = 500$$

$$\text{Skor Terendah} = 1 \times 1 \times 100 = 100$$

$$\text{Panjang Interval Kelas} = 500 : 5 = 100$$

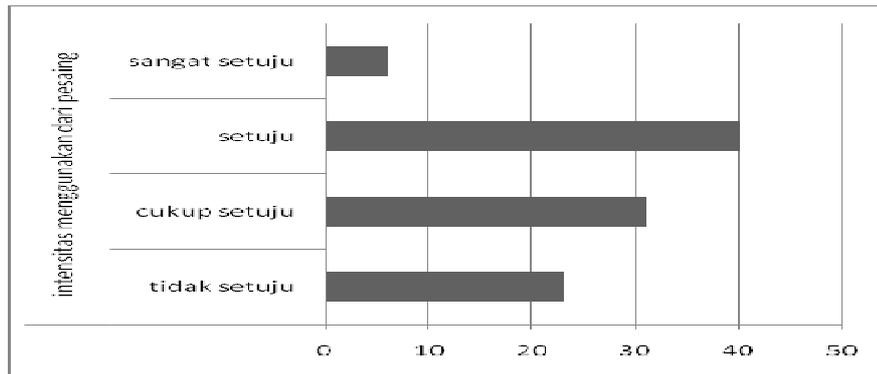
Jumlah skor tanggapan responden intensitas menggunakan KRD PATAS dibanding alat transportasi lain adalah 329, maka tanggapan 100 responden terhadap item pernyataan intensitas menggunakan KRD PATAS dibanding alat transportasi lain adalah $(329 : 500) \times 100\% = 65,8\%$

Hal tersebut secara kontinum dapat dibuat kategori sebagai berikut:



GAMBAR 4.53
HASIL KONTINUM TANGGAPAN RESPONDEN LEBIH MEMILIH KRD PATAS DIBANDING ALAT TANSPOTASI YANG LAIN

Nilai 329 sesuai dengan data penelitian termasuk dalam kategori sedang dan tinggi, tapi lebih mendekati sedang. Jadi, tanggapan responden terhadap intensitas menggunakan KRD PATAS dibanding alat transportasi lain dalam kategori sedang. Data yang diperoleh dari Tabel 4.31 dapat ditampilkan dalam bentuk Gambar 4.54:



Sumber : Hasil pengolahan data 2008

GAMBAR 4.54
TANGGAPAN RESPONDEN LEBIH MEMILIH MENGGUNAKAN KRD
PATAS DIBANDING ALAT TRANSPORTASI YANG LAIN

4. Tanggapan Responden Terhadap Intensitas Menggunakan KRD PATAS Karena Reputasi PT.KAI

Tabel 4.32 berikut ini akan menggambarkan bagaimana tanggapan responden terhadap item intensitas menggunakan KRD PATAS karena reputasi PT.KAI. Adapun hal yang dinilai oleh responden dapat dilihat dari berbagai ukuran berikut:

TABEL 4.32
INTENSITAS MENGGUNAKAN KRD PATAS
KARENA REPUTASI PT.KAI

Pernyataan	Alternatif Jawaban	Frequency	Persen (%)
	Intensitas menggunakan KRD PATAS karena reputasi PT.KAI	Tidak setuju	22
Cukup setuju		35	35
Setuju		34	34
Sangat Setuju		9	9
Total		100	100
	Skor	330	

Sumber : Hasil pengolahan data 2008

Tabel 4.32 menunjukkan bahwa sebanyak 34 orang atau sebesar 34% dari 100 responden menyatakan setuju, sedangkan responden yang menyatakan cukup setuju ada sebanyak 35 orang atau sebanyak 35%. Selanjutnya responden yang menyatakan sangat setuju ada sebanyak 9 orang atau 9% , yang menyatakan tidak setuju ada sebanyak 22 orang atau 22% dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju atau 0%.

Berdasarkan rumus menurut Sugiyono (2008:135), untuk mencari daerah kontinum yang menunjukkan wilayah ideal dari tanggapan responden terhadap intensitas menggunakan KRD PATAS karena reputasi PT.KAI, maka dapat diketahui:

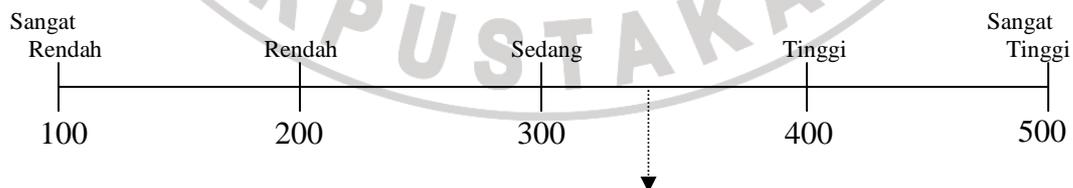
$$\text{Skor Ideal} = 5 \times 1 \times 100 = 500$$

$$\text{Skor Terendah} = 1 \times 1 \times 100 = 100$$

$$\text{Panjang Interval Kelas} = 500 : 5 = 100$$

Jumlah skor tanggapan responden intensitas menggunakan KRD PATAS karena reputasi PT.KAI adalah 330, maka tanggapan 100 responden terhadap item pernyataan intensitas menggunakan KRD PATAS karena reputasi PT.KAI adalah $(330 : 500) \times 100\% = 65,8\%$

Hal tersebut secara kontinum dapat dibuat kategori sebagai berikut:

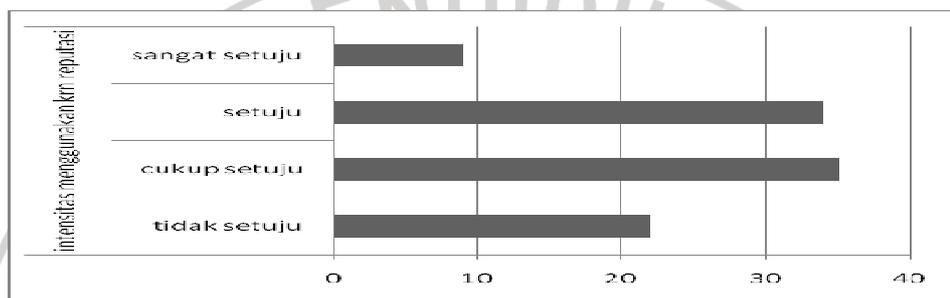


Sumber : Hasil pengolahan data 2008

330

GAMBAR 4.55
HASIL KONTINUM TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP
INTENSITAS MENGGUNAKAN KRD PATAS KARENA REPUTASI PT
KAI

Nilai 330 sesuai dengan data penelitian termasuk dalam kategori sedang dan tinggi, tapi lebih mendekati sedang. Jadi, tanggapan responden terhadap intensitas menggunakan KRD PATAS karena reputasi PT.KAI dalam kategori sedang. Data yang diperoleh dari Tabel 4.32 dapat ditampilkan dalam bentuk Gambar 4.56:



Sumber : Hasil pengolahan data 2008

GAMBAR 4.56
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP INTENSITAS
MENGGUNAKAN KRD PATAS KARENA REPUTASI PT.KAI

4.4 Pengujian Hipotesis Pengaruh Strategi *Flat rate Pricing* Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa KRD PATAS

Pengaruh antar variabel ini menggunakan aplikasi *software* SPSS 13 untuk mengetahui tingkat korelasi dan koefisien determinasi antar variabel berdasarkan hasil penghitungan dengan menggunakan teknik regresi linier dengan cara melihat koefisien korelasinya. Hasil uji statistik yang dilakukan dengan analisis regresi linier, untuk mengetahui pengaruh antara variabel *flat rate pricing* terhadap keputusan menggunakan jasa.

4.4.1 Analisis Korelasi

Berdasarkan tabel *model summary* dengan menggunakan aplikasi software SPSS 13 maka dapat diperoleh hubungan antara *flat rate pricing* dengan keputusan menggunakan jasa KRDPATAS yang terlihat pada tabel berikut ini:

TABEL 4.33
MODEL SUMMARY(b)

<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	,707(a)	,500	,495	6,55838

a *Predictors: (Constant), Flat rate Pricing (X)*

b *Dependent Variable: Keputusan Menggunakan Jasa (Y)*

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2008

Berdasarkan tabel *model summary* output SPSS 13, dapat diketahui bahwa korelasi atau hubungan antara variabel *flat rate pricing* keputusan menggunakan jasa memperoleh hasil sebesar 0,707 (positif), ini artinya sesuai dengan pedoman untuk memberikan interpretasi terhadap koefisien korelasi (Sugiyono, 2008:250) maka korelasi antara *flat rate pricing* dengan keputusan menggunakan jasa termasuk kategori tinggi/kuat (0,600 – 0,799) dengan *Standar Error Of Estimate* (SEE) sebesar 6,55838 untuk variabel keputusan menggunakan jasa. Jika dibandingkan dengan angka Standar Deviasi (STD) keputusan menggunakan jasa yang sebesar 9,2284, maka angka ini lebih kecil, dapat dilihat dalam tabel 4.35. Ini artinya angka (SEE) baik untuk dijadikan prediktor dalam menentukan keputusan menggunakan jasa, di mana angka yang baik untuk dijadikan sebagai prediktor variabel tergantung harus lebih kecil dari angka Standar Deviasi (SEE < STD), semakin kecil SEE akan membuat regresi semakin tepat dalam memprediksi variabel tergantung. Kemudian dari *model summary* di atas

diperoleh angka *R square* yang diperoleh sebesar 0,500. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *flat rate pricing* (X) berpengaruh terhadap keputusan menggunakan jasa (Y) sebesar 50,0%, yang artinya 50,0% perubahan keputusan menggunakan jasa disebabkan oleh *flat rate pricing*, dan 50,0% dipengaruhi oleh faktor lainnya seperti kualitas pelayanan, dan promosi.

TABEL 4.34
DESCRIPTIVE STATISTICS

	<i>Mean</i>	<i>Std. Deviation</i>	<i>N</i>
Y	34,6717	9,22844	100
X	35,1722	8,86292	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2008

4.4.2 Analisis Regresi Linier Sederhana

TABEL 4.35
OUTPUT ANOVA
ANOVA(b)

<i>Model</i>		<i>Sum of Squares</i>	<i>df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
1	Regression	4216,028	1	4216,028	98,019	,000(a)
	Residual	4215,213	98	43,012		
	Total	8431,240	99			

a Predictors: (Constant), *Flat rate Pricing*

b Dependent Variable: Keputusan Menggunakan Jasa

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2008

Berdasarkan tabel ANOVA, dapat diketahui besarnya F_{hitung} melalui uji ANOVA atau F_{test} , yaitu sebesar 98,019, sedangkan $F_{tabel} = 1,284$ (dapat dilihat dalam lampiran), karena nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka dapat disimpulkan H_0 DITOLAK, artinya ada hubungan linier antara *flat rate pricing* dengan keputusan menggunakan jasa dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Karena probabilitas (0,000) jauh lebih kecil dari 0,05, maka model regresi bisa dipakai untuk

memprediksi keputusan menggunakan jasa atau dapat disimpulkan bahwa *flat rate pricing* berpengaruh terhadap keputusan menggunakan jasa.

TABEL 4.36
OUTPUT KOEFISIEN REGRESI
Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8,774	2,697		3,254	,002
	X	,736	,074	,707	9,900	,000

a *Dependent Variable: Strategi Flat rate pricing (X)*

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2008

Berdasarkan tabel koefisien regresi di atas, maka diperoleh persamaan regresi linier antara *flat rate pricing* dan keputusan menggunakan jasa, yaitu sebagai berikut: $Y = a + bX$ adalah Keputusan Menggunakan Jasa (Y) = 8,774 + 0,736X. Artinya besar perubahan keputusan menggunakan jasa (Y) yang terjadi mengikuti perubahan *flat rate pricing* (X) yaitu sebesar 8,774%.

$$Y = a + bX$$

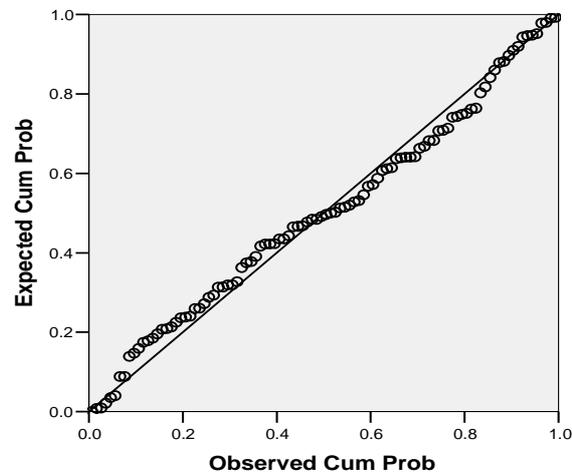
$$\text{Keputusan Menggunakan Jasa} = 8,774 + 0,736 \text{ Flat rate Pricing}$$

Berdasarkan persamaan regresi di atas, konstanta sebesar 8,774 menyatakan bahwa jika tidak ada strategi *flat rate pricing* ($X = 0$) maka keputusan menggunakan jasa 8,774. Koefisien regresi 0,736 artinya setiap terjadi peningkatan *flat rate pricing* akan meningkatkan keputusan menggunakan jasa sebesar 0,736, dan sebaliknya jika terjadi penurunan *flat rate pricing* akan menurunkan keputusan menggunakan jasa sebesar 0,736.

Untuk lebih jelasnya, persamaan tersebut akan digambarkan ke dalam sebuah diagram garis regresi linier berikut ini:

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Keputusan Menggunakan Jasa



GAMBAR 4.57

DIAGRAM GARIS LINIER STRATEGI *FLAT RATE PRICING* TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN JASA KRDPATAS

Gambar tersebut menunjukkan bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal. Maka, model regresi memenuhi asumsi normalitas.

4.4.3 Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel X terhadap Y, maka digunakan rumus koefisien determinasi sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 \text{KD} &= r^2 \times 100\% \\
 &= (0,707)^2 \times 100\% \\
 &= 49,98 = 50\%(\text{dibulatkan})
 \end{aligned}$$

Hasil perhitungan di atas menunjukkan bahwa besarnya Kd (koefisien determinasi) adalah 50% yang berarti bahwa perubahan pada variabel Y sebesar

50% dipengaruhi oleh perubahan pada variabel X. Dengan kata lain keputusan menggunakan jasa 50% dipengaruhi oleh strategi *flat rate pricing*. Sedangkan faktor lain yang mempengaruhi besarnya 50%, seperti faktor promosi, kualitas pelayanan dan lain sebagainya.

Hipotesis yang diuji yaitu pengaruh strategi *flat rate pricing* (X) terhadap keputusan menggunakan jasa (Y). Untuk menguji signifikansi konstanta dari variabel X diperoleh dari uji t dengan hipotesis sebagai berikut:

$H_0 : \rho \leq 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan strategi *flat rate pricing* terhadap keputusan menggunakan jasa KRD PATAS.

$H_1 : \rho > 0$, artinya terdapat pengaruh yang positif dan signifikan strategi *flat rate pricing* terhadap keputusan menggunakan jasa KRD PATAS.

Pengujian signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai t_{tabel} dengan harga t_{hitung} , untuk taraf kesalahan 5% uji satu pihak dengan $dk = n-2$, dengan menggunakan aplikasi *software* SPSS 13 maka diperoleh t_{hitung} sebesar = 9,900.

Berdasarkan hasil perhitungan, maka diperoleh t_{hitung} sebesar = 9,900; sedangkan dalam t_{tabel} pada taraf signifikansi = 0,05 dengan derajat kebebasan (dk) $N - 2 = 100 - 2 = 98$, tidak terdapat dalam tabel sehingga perlu dilakukan interpolasi antara $dk = 60$ dan $dk = 120$ yang dapat dilihat pada lampiran, sehingga diperoleh t_{tabel} sebesar 1,663. Dengan demikian, maka $t_{hitung} = 9,900 > t_{tabel} = 1,663$ artinya hipotesis nol (H_0) ditolak, dengan kata lain hipotesis yang diajukan peneliti diterima yaitu: Keputusan Menggunakan Jasa dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh Strategi *Flat rate Pricing*.

Adapun rangkuman hasil pengujian hipotesis dapat dilihat pada Tabel 4.37

berikut ini :

TABEL 4.37
RANGKUMAN HASIL UJI HIPOTESIS

Hipotesis	t_{hitung}	t_{tabel}	Keputusan
Terdapat pengaruh <i>Flat rate Pricing</i> terhadap Keputusan Menggunakan Jasa KRD PATAS	9,900	1,663	H_0 ditolak, dan H_1 diterima

Sumber : Hasil pengolahan data 2008

4.5 Pembahasan

Permasalahan yang dibahas oleh penulis pada penelitian ini adalah mengenai bagaimanakah pengaruh strategi *flat rate pricing* terhadap keputusan menggunakan KRD PATAS.

4.5.1 Pembahasan Gambaran Strategi *Flat Rate Pricing* Yang Dilakukan Oleh PT. KAI Untuk KRD PATAS.

Berdasarkan penelitian dengan menyebarkan angket kepada 100 orang pengguna jasa KRD PATAS, dapat diketahui gambaran mengenai variabel *flat rate pricing* (X). Adapun yang paling dominan dapat dilihat dalam tabel berikut:

TABEL 4.38
REKAPITULASI INDIKATOR STRATEGI *FLAT RATE PRICING*

No	INDIKATOR	SKOR	SKOR IDEAL	%
1	Manfaat Harga			
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tingkat kesesuaian harga dengan manfaat yang dirasakan 	333	500	66,6%
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tingkat kesesuaian harga dengan pilihan produk 	380	500	76%

No	INDIKATOR	SKOR	SKOR IDEAL	%
	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat kesesuaian harga dengan yang dijanjikan PT. KAI 	354	500	70,8%
	Total Skor	1067	1500	71,1%
2	Daya Beli			
	<ul style="list-style-type: none"> Harga tiket harian KRD PATAS 	331	500	68,8%
	<ul style="list-style-type: none"> Harga tiket bulanan KRD PATAS 	308	500	61,6%
	Total Skor	652	1000	65,2%
3	Reputasi Perusahaan			
	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat kesesuaian harga dengan reputasi perusahaan 	331	500	66,2%
	<ul style="list-style-type: none"> Pelayanan yang baik dari PT.KAI selama menggunakan KRD PATAS 	372	500	74,45
	Total Skor	703	1000	70,3%
4	Produk Pesaing			
	<ul style="list-style-type: none"> Harga tiket KRD PATAS dibanding pesaing 	317	500	63,4%
	<ul style="list-style-type: none"> Keunggulan harga KRD PATAS dibanding pesaing 	330	500	66%
	<ul style="list-style-type: none"> Konsumen lebih memilih KRD PATAS dibanding pesaing 	365	500	73%
	Total Skor	1012	1500	67,4%
	Total Skor Strategi Flat rate Pricing	3434	5000	68,7%

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2008

Berdasarkan Tabel 4.38 diatas mengenai gambaran strategi *flate rate pricing* yang dilakukan oleh PT. KAI untuk KRD PATAS yaitu 68,7%, secara berurutan dapat diketahui indikator-indikator strategi *flat rate pricing* yang dominan. Indikator yang paling dominan adalah manfaat harga yaitu sebesar 71,1%, indikator kedua adalah reputasi perusahaan yaitu sebesar 70,3%, indikator

ketiga adalah poduk pesaing yaitu sebesar 67,4%, indikator keempat adalah daya beli yaitu sebesar 65,2%.

Secara keseluruhan variabel (X) tentang strategi *flat rate pricing* dapat diketahui kedudukannya, berdasarkan skor yang didapat dari rekapitulasi data, di mana nilai-nilai tersebut dibandingkan dengan kriteria skor standar, yang didapat melalui perhitungan skor ideal (kriterium) dan skor terkecil, sehingga melalui skor standar tersebut dapat diketahui daerah kontinum yang menunjukkan wilayah ideal dari variabel (X), hal tersebut dapat dicari dengan rumus menurut Sugiyono (2008:135), sebagai berikut:

Mencari skor tertinggi *Personal selling*

$$\text{Skor Ideal} = \text{Skor Tertinggi} \times \text{Jumlah Butir Pertanyaan} \times \text{Jumlah Responden}$$

$$\text{Skor Ideal} = 5 \times 10 \times 100 = 5000$$

Mencari Skor Terendah *Personal selling*

$$\text{Skor Terendah} = \text{Skor Terendah} \times \text{Jum. Butir Pertanyaan} \times \text{Jumlah Responden}$$

$$\text{Skor Terendah} = 1 \times 10 \times 100 = 1000$$

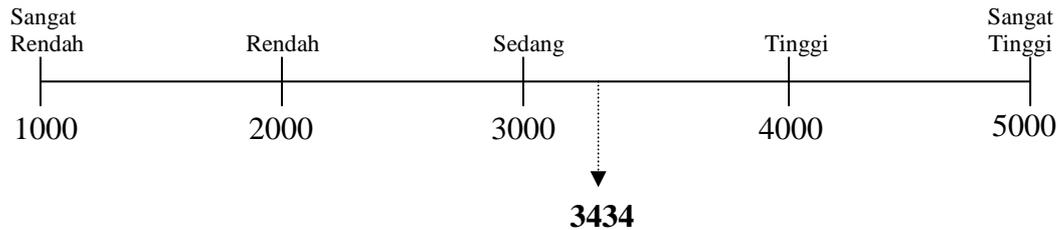
Mencari Panjang Interval Kelas *Personal selling*

$$\text{Panjang Interval Kelas} = \text{Skor Ideal} : \text{Banyak Kelas Interval}$$

$$5000 : 5 = 1000$$

Berdasarkan jumlah skor hasil pengumpulan data strategi *flat rate pricing* adalah 3434 (dapat dilihat pada Tabel 4.38). Dengan demikian, maka pelaksanaan strategi *flat rate pricing* pada KRD PATAS menurut persepsi 100 responden adalah $(3434 : 5000) \times 100\% = 68,7\%$

Hal ini secara kontinum dapat dibuat kategori sebagai berikut.



Sumber: Diolah dari hasil Penelitian 2008

GAMBAR 4.58

HASIL KONTINUM STRATEGI *FLATE RATE PRICING*

Hasil tersebut menunjukkan bahwa strategi *flat rate pricing* yang dinilai oleh konsumen berada pada kategori rendah dan tinggi namun lebih mendekati sedang atau cukup baik, sehingga dapat dikatakan strategi harga yang dilakukan PT.KAI berada pada kategori cukup baik. Ini berarti bahwa strategi penetapan harga tetap (*flat rate pricing*) yang dilakukan oleh PT.KAI dinilai cukup baik oleh konsumen KRDPATAS.

Kepercayaan konsumen terhadap ekonomi, dan perilaku pembelian konsumen ditentukan oleh kondisi harga atau dengan kata lain di dalam pembelian konsumen akan mempertimbangkan harga sebuah produk atau jasa yang akan dibelinya. Menurut Fandi Tjiptono(2007:12) harga adalah salah satu unsur yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam mengkonsumsi suatu jasa dinyatakan sebagai berikut :

Harga adalah jumlah uang atau aspek lain yang mengandung utilitas tertentu untuk memutuskan mendapat suatu jasa, yang diperlukan strategi dalam penetapannya yang diselaraskan dengan strategi pemasaran.

Dari definisi diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa, harga adalah salah satu unsur yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk mengkonsumsi suatu jasa dan, penetapan harga jasa dipengaruhi oleh strategi penetapan harga jasa yang dipilih perusahaan.

4.5.2 Pembahasan Gambaran Keputusan Menggunakan Jasa KRD PATAS.

Berdasarkan penelitian dengan menyebarkan angket kepada 100 responden KRD PATAS, dapat diketahui gambaran mengenai variabel keputusan menggunakan jasa (Y) yang paling dominan dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

TABEL 4.39

REKAPITULASI INDIKATOR KEPUTUSAN MENGGUNAKAN JASA

No	INDIKATOR	SKOR	SKOR IDEAL	%
1	Pilihan Produk			
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Menggunakan KRD karena manfaat (waktu, harga, fasilitas) 	296	500	59,2
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Menggunakan KRD karena harga yang lebih murah daripada transportasi lain 	346	500	69,2
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Menggunakan KRD karena kenyamanan dari pada transportasi yang lain 	335	500	67
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Menggunakan KRD karena adanya jaminan dari PT.KAI 	311	500	62,2
	Total Skor	1288	2000	64,4
2	Pilihan Merek			
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Menggunakan KRD PATAS karena manfaat yang lebih baik dari KRD EKONOMI 	331	500	66,2
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kesetiaan pada merek 	328	500	65,6
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Reputasi KRD PATAS lebih baik daripada KRD EKONOMI 	298	500	59,6
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Jam keberangkatan KRD PATAS lebih tepat waktu 	324	500	76,8
	Total Skor	1341	2000	67,5
3	Waktu Pembelian			
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Menggunakan KRD PATAS untuk keperluan tertentu 	440	500	88%
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Perlunya penambahan jam keberangkatan KRD PATAS 	344	500	68,8

No	INDIKATOR	SKOR	SKOR IDEAL	%
	Total Skor	784	1000	78,4
4	Jumlah Pembelian			
	▪ Sering menggunakan KRD PATAS karena manfaat yang ditawarkan	342	500	68,4
	▪ Harga tiket bulanan lebih murah dari harga tiket harian	314	500	62,8
	▪ Intensitas penggunaan KRD PATAS dari pada transportasi lain	329	500	65,8
	▪ Intensitas menggunakan KRD PATAS karena reputasi PT.KAI	330	500	65,8
	Total Skor	1315	2000	65,75
	Total Skor Keputusan Menggunakan Jasa	4728	7000	67,54

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2008

Berdasarkan Tabel 4.39 diatas mengenai gambaran keputusan menggunakan jasa KRD PATAS keseluruhan yaitu sebesar 67,54%, secara berurutan dapat diketahui indikator-indikator keputusan menggunakan jasa yang paling dominan. Indikator yang paling dominan adalah pilihan produk yaitu sebesar 78,4%, indikator kedua adalah jumlah pembelian yaitu sebesar 67,5%, indikator ketiga adalah waktu pembelian yaitu sebesar 65,75%, dan indikator keempat yang paling rendah adalah pilihan merek yaitu sebesar 64,4%.

Secara keseluruhan variabel keputusan menggunakan jasa berdasarkan penelitian sebanyak 100 responden kepada responden KRD PATAS dapat diketahui kedudukannya berdasarkan skor yang di dapat, berdasarkan data dari rekapitulasi skoring penelitian yang disajikan pada lampiran, dimana nilai-nilai tersebut dibandingkan dengan kriteria skor standar, yang di dapat melalui perhitungan skor ideal (kriterium) dan skor terkecil, sehingga melalui skor standar tersebut dapat diketahui daerah kontinuum yang menunjukkan wilayah ideal dari

variabel keputusan menggunakan jasa, hal tersebut dapat dicari dengan rumus menurut Sugiyono (2008:135) sebagai berikut :

Mencari skor tertinggi keputusan menggunakan jasa

Skor Ideal = Skor Tertinggi x Jumlah Butir Pertanyaan x Jumlah Responden

$$\text{Skor Ideal} = 5 \times 14 \times 100 = 7000$$

Mencari Skor Terendah keputusan menggunakan jasa

Skor Terendah = Skor Terendah x Jum. Butir Pertanyaan x Jumlah Responden

$$\text{Skor Terendah} = 1 \times 14 \times 100 = 1400$$

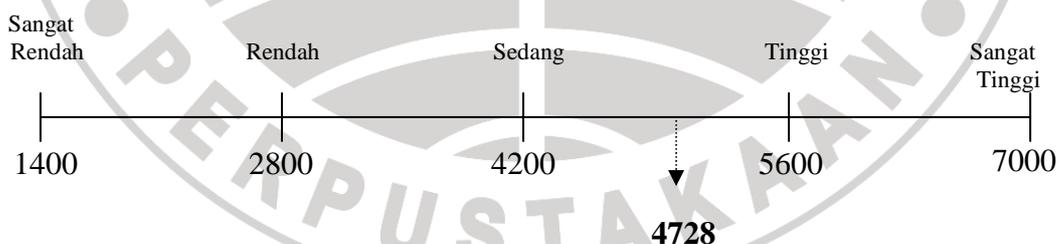
Mencari Panjang Interval Kelas keputusan menggunakan jasa

Panjang Interval Kelas = Skor Ideal : Banyak Kelas Interval

$$\text{Panjang Interval Kelas} = 7000 : 5 = 1400$$

Berdasarkan jumlah skor hasil pengumpulan data keputusan menggunakan jasa adalah 4728 (Dapat dilihat pada Tabel 4.40). Dengan demikian, maka keputusan menggunakan jasa menurut persepsi 100 responden adalah $(4728 : 7000) \times 100\% = 67,54\%$

Hal ini secara kontinum dapat dibuat kategori sebagai berikut:



Sumber: Diolah dari hasil Penelitian 2008

GAMBAR 4.59

HASIL KONTINUM KEPUTUSAN MENGGUNAKAN JASA

Menurut Fandy Tjiptono (2005:156), “Keputusan pembelian didasari pada informasi tentang keunggulan suatu produk yang disusun sedemikian rupa sehing-

ga menimbulkan rasa menyenangkan yang akan merubah seseorang untuk melakukan keputusan pembelian”. Nilai 4728 sesuai dengan data penelitian termasuk dalam kategori cukup tinggi. Jadi tanggapan responden terhadap keputusan menggunakan jasa KRD PATAS yang terdiri dari pilihan produk, pilihan merek, waktu pembelian, dan jumlah pembelian termasuk dalam kategori cukup baik.

4.5.3 Pembahasan Pengaruh Strategi *Flat Rate Pricing* Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa KRD PATAS.

Hasil perhitungan analisis data dari variabel strategi *flat rate pricing* dan keputusan menggunakan jasa yang telah dilakukan, maka dapat diketahui bahwa strategi *flat rate pricing* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan jasa.

Dari hasil penelitian diperoleh angka koefisien korelasi 0,707 antara variabel *flat rate pricing* (X) terhadap keputusan menggunakan jasa (Y) memiliki hubungan yang termasuk kategori sangat tinggi. Selain itu, strategi *flat rate pricing* memiliki pengaruh positif terhadap keputusan menggunakan jasa. Hal ini terbukti dengan hasil perhitungan koefisien determinasi yaitu dengan mengkuadratkan koefisien korelasi $r^2 \times 100\% = (0,707 \times 0,707) \times 100\%$ diperoleh hasil sebesar 49,98% yang berarti bahwa perubahan variabel volume penjualan sebesar 49,98% dipengaruhi oleh *personal selling*, sedangkan 50,02% dipengaruhi oleh faktor lain seperti kualitas pelayanan, promosi, dan lain sebagainya.

Pengambilan keputusan pengujian hipotesis dilakukan dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} perhitungan uji signifikansi dengan

menggunakan alpha 0,05 pada uji satu pihak dengan derajat kebebasan (dk) $n-2$ maka $dk = 98$ diperoleh t_{hitung} dan t_{tabel} dengan taraf kesalahan 0,05. Berdasarkan ketentuan hipotesis diterima jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka diketahui bahwa harga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($9,900 > 1,663$) sehingga dapat disimpulkan bahwa koefisien korelasi antara variabel strategi *flat rate pricing* terhadap keputusan menggunakan jasa memiliki pengaruh yang signifikan.

Pernyataan tersebut diperoleh melalui pengujian hipotesis yang menggunakan metode regresi linier sederhana ditunjukkan dengan perolehan keputusan menggunakan jasa sebesar 8,774 dimana hasil tersebut dapat diartikan bila nilai setiap peningkatan 1% strategi *flat rate pricing* akan meningkatkan keputusan menggunakan jasa yaitu sebesar 8,774 ditambah 0,736 dari strategi *flat rate pricing* ($Y = 8,774 + 0,736X$), dimana koefisien determinasi (r^2) yaitu 0,500 termasuk kategori sedang berada diantara (0,400–0,599).

Koefisien korelasi yang bernilai positif menunjukkan bahwa hubungan antara kedua variabel tersebut berbanding lurus, artinya jika perusahaan meningkatkan strategi *flat rate pricing* maka dapat diprediksi bahwa keputusan menggunakan jasa akan naik. Namun, sebaliknya jika perusahaan tidak meningkatkan strategi *flat rate pricing* maka keputusan menggunakan jasa bisa menurun.

4.6 Implikasi Hasil Penelitian Terhadap Pendidikan Manajemen Bisnis

Pendidikan merupakan bentuk dari investasi jangka panjang (long-term investment), yaitu dengan mempersiapkan SDM yang berkualitas melalui saluran pendidikan. Pendidikan sebagai investasi bertujuan untuk memperoleh pendapatan *netto* atau *rate of return* yang lebih besar di masa yang akan datang. Biaya pendidikan dalam jenis pendidikan ini dipandang sebagai jumlah uang yang dibelikan untuk memperoleh atau ditanamkan dalam sejumlah modal manusia (*human capital*) yang dapat memperbesar kemampuan ekonomi di masa yang akan datang. Pendidikan sebagai investasi didasarkan atas tanggapan bahwa manusia merupakan suatu bentuk kapital (modal) sebagaimana bentuk-bentuk kapital lainnya yang sangat menentukan terhadap pertumbuhan produktivitas suatu bangsa. Melalui investasi dirinya seseorang dapat memperluas alternatif untuk kegiatan-kegiatan lainnya sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan hidupnya di masa mendatang.

Pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa dan negara.

Sekolah sebagai salah satu sarana pendidikan, maka banyak masyarakat baik siswa maupun orang tua siswa menginginkan sekolah yang terbaik untuk mengenyam pendidikan. Masyarakat mengasumsikan sekolah yang baik adalah sekolah *favorite*, memiliki reputasi yang baik, memiliki sarana dan prasarana yang memadai dan berkelas.

Untuk berpartisipasi dalam berinvestasi dalam meningkatkan kualitas pendidikan, tentu membutuhkan pengeluaran dana (*finance*) yang tidak sedikit. Oleh karena itu banyak lembaga-lembaga pendidikan yang mendirikan sebuah atau beberapa satuan pendidikan, ini berarti bahwa lembaga pendidikan mempunyai kedudukan sebagai badan usaha, dan satuan pendidikan seperti SD, SLTP, SMU, SMK, dan program-program studi di perguruan tinggi berkedudukan sebagai perusahaan (*firm*). Oleh karena itu lembaga-lembaga pendidikan baik negeri maupun swasta saling bersaing untuk menarik perhatian masyarakat luas agar menyekolahkan anak-anaknya pada lembaga pendidikan tersebut. Sejak itu lah terjadi persaingan yang kompetitif dilingkungan pendidikan.

Menyadari bahwa harga atau biaya yang harus dibayarkan untuk menikmati suatu jasa pendidikan adalah hal yang pertama dipertimbangkan masyarakat, maka saat ini lembaga pendidikan baik itu swasta atau negeri melakukan penetapan harga atas biaya yang harus dikeluarkan oleh peserta didik baik yang dibayarkan secara iuran bulanan ataupun persemester.

Penetapan harga yang dilakukan oleh lembaga-lembaga pendidikan bervariasi tergantung dari instansi yang terkait, lembaga pendidikan swasta biasanya menetapkan harga yang jauh lebih tinggi dibandingkan dengan lembaga pendidikan negeri, karena lembaga pendidikan swasta melakukan pembiayaan pendidikan secara mandiri.

Peserta didik memutuskan untuk bersekolah tentunya terlebih dahulu membandingkan dulu setiap sekolah yang ada kemudian memutuskan untuk memilih sekolah yang benar-benar sesuai dengan pilihan. Penetapan harga yang

dilakukan oleh lembaga pendidikan seharusnya mempertimbangkan beberapa dimensi dari harga yang dipertimbangkan oleh masyarakat sebagai konsumen pendidikan seperti manfaat, daya beli, dan reputasi lembaga pendidikan.

- Manfaat. Saat suatu lembaga pendidikan melakukan penetapan harga terhadap jasa pendidikan yang akan diberikan maka perlu dipertimbangkan manfaat yang akan diperoleh oleh peserta didik dengan penetapan harga yang ada, baik dilihat dari segi kualitas pendidikan yang akan diberikan ataupun keunggulan dari lembaga pendidikan yang lain.
- Daya beli. Lembaga pendidikan saat menetapkan suatu harga seharusnya mempertimbangkan juga daya beli atau kemampuan membayar dari masyarakat, karena jika harga yang ditetapkan tidak terjangkau oleh masyarakat tentu peran pendidikan untuk mencerdaskan bangsa tidak akan terpenuhi karena mahal biaya pendidikan yang dirasakan.
- Reputasi lembaga pendidikan. Besar atau kecilnya biaya yang harus dibayarkan oleh peserta didik untuk jasa pendidikan yang diterima juga ditentukan oleh reputasi lembaga pendidikan. Sekolah yang favorit atau unggulan biasanya menetapkan harga yang mahal ini dikarenakan kualitas sekolah yang baik dan, banyak orang tua yang berlomba-lomba memasukan anaknya ke sekolah yang reputasinya baik karena mereka percaya bahwa sekolah yang memiliki reputasi baik tentu kualitas pendidikan yang diberikan oleh sekolah tersebut lebih baik dibandingkan sekolah yang lain.