



**Program Studi Magister Manajemen  
Fakultas Ekonomi Universitas Halu Oleo**

Kampus Bumi Tridharma Anduonohu Kendari  
Telp. (0401) 33 55 952

**JAM Bisnis** Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Bisnis

**VOLUME 1 NOMOR 2, JULI - DESEMBER 2013**

**Pemberdayaan Lembaga Keuangan Mikro dan Eksistensinya Dalam Pembangunan Ekonomi Pedesaan di Kabupaten Konawe  
(SALMA SALEH)**

**Pengaruh *Levers of Control (LOC)* dan *Organizational Learning* Terhadap *Organizational Performance* Pada Industri Perikanan di Provinsi Sulawesi Tenggara  
(LA ODE ANTO)**

**Peran Motivasi Sebagai Moderator Hubungan Antara Komitmen Organisasi Dengan *Organizational Citizenship Behaviour* Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Halu Oleo  
(HASANUDDIN BUA DAN ARMAN ALIMUDDIN)**

**Peran Komitmen Dalam Memediasi Pengaruh *Organizational Justice* Terhadap *Organizational Citizenship Behaviour* (Studi pada Pegawai RSUD Abunawas Kota Kendari  
(SUDIRMAN ZAID)**

**Efek Dari Pengetahuan Produk dan Ethnocentrism Terhadap Niat Beli Hasil Tenunan Khas Buton (Studi Pada Masyarakat Kota Bau-Bau)  
(JUHASAH DAN MUH. MASRI)**

**Komparasi Perilaku Konsumen Pengguna Jasa Moda Transportasi Darat  
(BAMBANG IRAWAN)**

**Pengaruh Pemberian Tambahan Penghasilan Pegawai Negeri Sipil Terhadap Kinerja Pegawai Pada Sekretariat DPRD Kota Kendari  
(JAMAL NASIR BASO)**

**Pengaruh Komitmen Kerja Terhadap Perilaku Kerja dan Kinerja Karyawan (Studi Pada Usaha Kecil Menengah di Kota Kendari)  
(NURWATI)**





Program Studi Magister Manajemen  
Fakultas Ekonomi Universitas Halu Oleo

Kampus Bumi Tridharma Anduonohu Kendari  
Telp. (0401) 33 55 952

# JAM Bisnis

Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Bisnis

**VOLUME I NOMOR 2, JULI - DESEMBER 2013**

Pemberdayaan Lembaga Keuangan Mikro dan Eksistensinya Dalam Pembangunan Ekonomi Pedesaan di Kabupaten Konawe  
(SALMA SALEH)

Pengaruh *Lever of Control (LOC)* dan *Organizational Learning* Terhadap *Organizational Performance* Pada Industri Perikanan di Provinsi Sulawesi Tenggara  
(LA ODE ANTO)

Peran Motivasi Sebagai Moderator Hubungan Antara Komitmen Organisasi Dengan *Organizational Citizenship Behaviour* Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Halu Oleo  
(HASANUDDIN BUA DAN ARMAN ALIMUDDIN)

Peran Komitmen Dalam Memediasi Pengaruh *Organizational Justice* Terhadap *Organizational Citizenship Behaviour* (Studi pada Pegawai RSUD Abunawas Kota Kendari)  
(SUDIRMAN ZAID)

Efek Dari Pengetahuan Produk dan Ethnocentrism Terhadap Niat Beli Hasil Tenunan Khas Buton (Studi Pada Masyarakat Kota Bau-Bau)  
(JUHASAH DAN MUH. MASRI)

Komparasi Perilaku Konsumen Pengguna Jasa Moda Transportasi Darat  
(BAMBANG IRAWAN)

Pengaruh Pemberian Tambahan Penghasilan Pegawai Negeri Sipil Terhadap Kinerja Pegawai Pada Sekretariat DPRD Kota Kendari  
(JAMAL NASIR BASO)

Pengaruh Komitmen Kerja Terhadap Perilaku Kerja dan Kinerja Karyawan (Studi Pada Usaha Kecil Menengah di Kota Kendari)  
(NURWATI)

DITERBITKAN OLEH  
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS HALU OLEO KENDARI



# JAM Bisnis

## Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Bisnis

**Diterbitkan Oleh:**

Program Studi Magister Manajemen (MM) Fakultas Ekonomi Universitas Haluoleo

**Penasehat:**

Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Haluoleo

**Penanggung jawab:**

Ketua Program Studi Magister Manajemen (MM) Fakultas Ekonomi Universitas Haluoleo

**Pimpinan Redaksi:**

Dr. Sudirman Zaid, S.E., M.Si

**Dewan Editor:**

Dr. H. Halim, SE., M. Si.

Dr. H. Rahmat Madjid, SE., M.Si

Dr. Hayat Yusuf, S.E., M.Si

Dr. La Ode Bahana Adam, S.E., M.Si.

Dr. La Hatani, S.E., MM

**Editor Ahli/Mitra Bestari**

Prof. Dr. H. Muh. Yusuf Abadi, SE., MS. (Fekon Univ. Halu Oleo Kendari)

Prof. Dr. H. Zamruddin Hasid, SE., SU ( Univ. Mulawarman, Samarinda)

Dr. Badawi, SE., M.Si. (Fekon Univ. Muhammadiyah Cirebon)

Prof. Dr. H. Junus Zain, SE., M.Sc ( FE-Unhas)

Prof. Dr. Budiyanto, SE., MS (STIESIA Surabaya)

Prof. Dr. H. Andi Sularso, SE., M.Si (Fekon Univ. Jember)

Prof. Dr. H. Muslich Anshori, SE., M.Sc., Ak (Fekon Unair Surabaya)

Prof. M.S. Idrus, SE, M.Sc. Ph.D (Fekon Unibraw Malang)

Dr. Nurmidjati, SE'. M.Si (Fekon Unibraw Malang)

Prof. Dr. H. Dedy Takdir Syaefuddin, SE., MS (Fekon Univ. Halu Oleo Kendari)

Prof. Dr. Samdin, SE., M.Si. (Fekon Univ. Halu Oleo Kendari)

Prof. Dr. Alida Palilati, SE., MS. (Fekon Univ. Halu Oleo Kendari)

Prof. Buyung Sarita, SE., M.Si., Ph.D. (Fekon Univ. Halu Oleo Kendari)

Prof. Dr. H. Murdjani Kamaluddin, SE., MS (Fekon Univ. Halu Oleo Kendari)

Prof. Dr. Hasanuddin Bua, SE., M.Si. (Fekon Univ. Halu Oleo Kendari)

**Redaktur Pelaksana:**

Juharsah, S.E., M.Si

---

**Alamat:**

Gedung ABC Manajemen Fekon Unhalu Kampus Bumi Tridharma Anduonohu Kendari,  
Telp. (0401) 33 55 952; e-mail: [Jambisnis\\_MM@yahoo.com](mailto:Jambisnis_MM@yahoo.com)

---

## DAFTAR ISI

**SALMA SALEH**

Pemberdayaan Lembaga Keuangan Mikro dan Eksistensinya Dalam Pembangunan Ekonomi Pedesaan di Kabupaten Konawe (133 – 150)

**LA ODE ANTO**

Pengaruh *Levers of Control (LOC)* dan *Organizational Learning* Terhadap *Organizational Performance* Pada Industri Perikanan di Provinsi Sulawesi Tenggara (151 – 165)

**HASANUDDIN BUA DAN ARMAN ALIMUDDIN**

Peran Motivasi Sebagai Moderator Hubungan Antara Komitmen Organisasi Dengan *Organizational Citizenship Behaviour* Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Halu Oleo (166 – 179)

**SUDIRMAN ZAID**

Peran Komitmen Dalam Memediasi Pengaruh *Organizational Justice* Terhadap *Organizational Citizenship Behaviour* (Studi pada Pegawai RSUD Abunawas Kota Kendari (180 – 202)

**JUHARSAH DAN MUH. MASRI**

Efek Dari Pengetahuan Produk dan Ethnocentrism Terhadap Niat Beli Hasil Tenunan Khas Buton (Studi Pada Masyarakat Kota Bau-Bau) (203 – 214)

**BAMBANG IRAWAN**

Komparasi Perilaku Konsumen Pengguna Jasa Moda Transportasi Darat (215 – 225)

**JAMAL NASIR BASO**

Pengaruh Pemberian Tambahan Penghasilan Pegawai Negeri Sipil Terhadap Kinerja Pegawai Pada Sekretariat DPRD Kota Kendari (226 – 235)

**NURWATI**

Pengaruh Komitmen Kerja Terhadap Perilaku Kerja dan Kinerja Karyawan (Studi Pada Usaha Kecil Menengah di Kota Kendari) (236 – 246)

DITERBITKAN OLEH  
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS HALUOLEO KENDARI



## KOMPARASI PERILAKU KONSUMEN PENGGUNA JASA MODA TRANSPORTASI DARAT

BAMBANG IRAWAN

(Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember)

### ABSTRAK

*Penelitian ini akan menjawab fenomena apakah ada perbedaan perilaku konsumen pengguna jasa moda transportasi bus dan moda transportasi kereta api berbasis variabel demografi dan variabel kualitas layanan. Tujuan penelitian ialah untuk menganalisis komparasi perilaku konsumen dalam keputusan menggunakan moda transportasi bus dan kereta api. Sampel penelitian ialah pengguna moda transportasi bus dan kereta api. Teknik penarikan sampel secara purposive accidental sampling. Metode analisis menggunakan uji Chi Square, dan uji Mann-U Whitney. Hasil penelitian bahwa motivasi, daya tanggap, dan empati dipersepsikan sama baik oleh pengguna moda transportasi bus, maupun kereta api, namun berpengaruh nyata terhadap keputusan menggunakan moda transportasi (bus atau kereta api). Sedangkan kepribadian, kelompok referensi, keandalan, bukti fisik, dan jaminan berpengaruh nyata terhadap keputusan konsumen menggunakan moda transportasi (bus atau kereta api), namun dipersepsikan berbeda.*

**Kata kunci:** komparasi, perilaku konsumen, moda transportasi darat

### PENDAHULUAN

Moda transportasi secara umum ada tiga ialah darat, laut, dan udara. Dunia bisnis jasa transportasi mengalami perkembangan dan persaingan dari dulu hingga sekarang, seiring dengan perubahan perilaku pengguna moda transportasi dalam masyarakat. Isu tuntutan efisiensi dan efektifitas serta kemajuan teknologi telah membawa masyarakat lebih kritis dalam memilih moda transportasi ketika melakukan perjalanan dari tempat asal ke tempat tujuan. Pengguna jasa moda transportasi darat dihadapkan pada berbagai pilihan yang tersedia antara lain kereta api, bus, travel, dan taxi. Masyarakat pengguna jasa transportasi darat sebagai konsumen pada akhirnya akan memutuskan memilih moda transportasi yang dianggap sesuai dengan keinginan, kebutuhan dan selera. Dengan demikian keputusan tersebut akan dipengaruhi oleh faktor yang melekat pada diri konsumen dan faktor kualitas layanan yang disampaikan moda transportasi tersebut.

Dewasa ini persaingan dalam bisnis jasa transportasi semakin ketat untuk merebut hati pelanggan. Untuk mampu menghadapi persaingan tersebut, penyedia

layanan moda transportasi dituntut untuk mampu memahami dan bisa memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen. Adanya perubahan perilaku dan tren konsumen dalam memilih moda transportasi yang aman dan nyaman, maka mendorong penyedia jasa moda transportasi untuk memberikan pelayanan yang memadai dan berkualitas. Disamping itu pengetahuan yang baik mengenai perilaku konsumen merupakan aspek penting untuk perencanaan strategi pemasaran. Pengetahuan perilaku konsumen bisa didekati dari aspek demografi seperti motivasi, kepribadian dan kelompok referensi (Mowen dan Minor, 2001:225). Dalam Kotler (2005:203) dinyatakan bahwa motivasi merupakan bagian dari faktor psikologis konsumen, kepribadian meliputi usia siklus hidup, pekerjaan dan lingkungan ekonomi, gaya hidup dan konsep diri, sedangkan kelompok referensi merupakan bagian dari faktor sosial budaya.

Dengan demikian secara umum ada dua faktor penting yang memengaruhi keputusan pengguna jasa moda transportasi dalam memilih moda transportasi ialah faktor internal dan eksternal. Faktor internal dilihat dari sisi



pengguna jasa, sedangkan faktor eksternal dilihat dari sisi penyedia jasa. Kotler dan Amstrong (2003:8) menyatakan pemasaran jasa tidak sama dengan pemasaran produk. Pemasaran jasa lebih bersifat *intangible* dan *immaterial* karena produknya tidak kasat mata dan tidak bisa diraba. Dengan demikian jasa yang berkualitas merupakan aspek penting bagi pengguna jasa maupun penyedia jasa. Parasuraman et al.,(1990) menyatakan kualitas jasa memiliki lima dimensi ialah keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), bukti fisik (*tangibles*), empati (*emphaty*), dan jaminan (*assurance*).

Fokus studi ini diarahkan pada analisis komparasi perilaku pengguna jasa moda transportasi darat (khususnya bus dan kereta api) sebagai moda transportasi yang menjadi favorit untuk dipilih ketika melakukan perjalanan antar kota. Pendekatan analisis berbasis pada aspek demografi pengguna moda transportasi (motivasi, kepribadian, dan kelompok referensi), dan aspek kualitas layanan (keandalan, daya tanggap, bukti fisik, empati, dan jaminan) yang disampaikan oleh penyedia moda transportasi.

Berdasarkan latar belakang tersebut, yang menjadi masalah dalam studi ini ialah apakah terdapat perbedaan perilaku pengguna moda transportasi darat (bus dan kereta api) berbasis aspek demografi dan aspek kualitas layanan. Dengan demikian tujuan studi ialah menganalisis komparasi perilaku konsumen pengguna moda transportasi bus dan kereta api berbasis aspek demografi dan aspek kualitas layanan.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan survey yang dirancang dalam format studi komparasi dengan membandingkan variabel yang dioperasionalkan dari dua sampel ialah pengguna jasa moda transportasi bus dan kereta api yang berada di Jember. Populasi meliputi seluruh pengguna moda transportasi (bus dan kereta api kelas ekonomi, bisnis, atau eksekutif). Sampel penelitian ialah *non*

*probability sampling* diambil secara *purposive accidental* ialah dengan memerhatikan kriteria (berusia  $\geq 17$  tahun, pernah menggunakan moda transportasi tersebut lebih dari dua kali, sedang akan melakukan perjalanan antar kota). Menggunakan ukuran sampel sebanyak 40 responden pada masing-masing moda transportasi darat (bus dan kereta api). Penetapan ukuran sampel merujuk pada Roscoe dalam Uma Sekaran (2006: 166) dan (Lincoln Arsyad dan Soeratno 1999:105) bahwa ukuran sampel lebih dari 30 dan kurang dari 500 sudah dianggap memadai. Teknik penarikan dilakukan ketika pengguna sedang menunggu di stasiun atau di terminal pemberangkatan kota Jember.

Variabel yang dioperasionalkan meliputi (1) variabel demografi dengan indikator motivasi, kepribadian dan kelompok referensi pengguna moda transportasi; dan (2) variabel kualitas layanan dengan indikator keandalan, daya tanggap, bukti fisik, empati, dan jaminan yang diberikan penyedia moda transportasi. Semua indikator diukur dengan skala likert lima jenjang pilihan (sangat tidak setuju=skor 1, tidak setuju=skor 2, cukup=skor 3, setuju=skor 4, dan sangat setuju=skor 5). Untuk menentukan keandalan dan keabsahan instrumen digunakan uji validitas dan uji reliabilitas.

Analisis data menggunakan (1) *Chi Square Test* ialah untuk menguji kesesuaian (*goodness of fit*) sebuah distribusi data sama atau bisa dianggap sama dengan bentuk distribusi teoritis tertentu, yang didalamnya mencakup uji homogenitas dan uji independensi pada tabulasi silang (Anto Dajan, 1985: 143 dan Santoso, 2007:214); dan (2) *Mann-U Whitney Test* digunakan untuk membandingkan dua populasi yang didasarkan pada sampel acak yang independen sehingga bisa diketahui apakah ada perbedaan antara variabel dalam memengaruhi keputusan konsumen memilih moda transportasi ketika akan melakukan perjalanan jauh ke luar kota.



**HASIL PENELITIAN****Uji Validitas dan Uji Reliabilitas**

Uji validitas instrumen menggunakan *Pearson Product Moment* (Umar, 2004:191). Hasil pengujian dianggap valid apabila nilai *Pearson Correlation*-nya (*rp*) lebih besar 0.3 (Masrun dalam Sugiyono, 2001: 106). Sedangkan uji reliabilitas instrumen menggunakan *Cronbach Alpha*. Hasil

pengujian dianggap reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* (*Ca*) lebih besar dari 0.6 (Sekaran, 2006: 311). Rekapitulasi hasil uji validitas variabel demografi pada Tabel 1, sedangkan hasil uji variabel kualitas layanan nampak pada Tabel 2, sedangkan hasil uji reliabilitas variabel demografi dan kualitas layanan disajikan pada Tabel 3 berikut ini.

**Tabel 1.** Hasil uji validitas instrumen variabel demografi

No	Indikator	Pengguna Bus			Pengguna Kereta Api		
		<i>rp</i>	<i>Sig</i>	Hasil	<i>rp</i>	<i>sig</i>	Hasil
1	Motivasi	0,63	0,00	Vali	0,45	0,00	Valid
2	Kepribadian	0,52	0,00	Vali	0,66	0,00	Valid
3	Kelompok referensi	0,71	0,00	valid	0,81	0,00	Valid

Sumber: data primer

Tabel 1 menunjukkan bahwa hasil uji validitas instrumen penelitian terhadap 40 responden pengguna moda transportasi (bus) dan 40 pengguna moda transportasi (kereta api) dengan indikator motivasi konsumen memilih transportasi (bus atau kereta api), indikator kepribadian konsumen yang memengaruhi keputusan memilih jenis transportasi (bus atau kereta api); dan indikator kelompok

referensi yang dianggap memengaruhi keputusan konsumen untuk menggunakan transportasi (bus atau kereta api) memberikan nilai koefisien korelasi yang lebih besar dari 0,3. Hasil tersebut memberikan indikasi bahwa instrumen penelitian variabel demografi bisa dinyatakan valid dan mempunyai derajat keabsahan dalam penelitian.

**Tabel 2.** Hasil uji validitas instrumen variabel kualitas layanan

No	Indikator	Pengguna Bus			Pengguna Kereta Api		
		<i>rp</i>	<i>Sig</i>	Hasil	<i>rp</i>	<i>sig</i>	Hasil
1	Keandalan	0,44	0,00	Vali	0,73	0,00	Valid
2	Daya tanggap	0,59	0,00	Vali	0,49	0,00	Valid
3	Bukti fisik	0,51	0,00	valid	0,68	0,00	Valid
4	Empati	0,77	0,00	Vali	0,37	0,00	Valid
5	Jaminan	0,69	0,00	valid	0,48	0,00	Valid

Sumber: data primer

Hasil uji validitas variabel kualitas layanan pada Tabel 2 menunjukkan bahwa seluruh indikatornya dinyatakan valid, artinya pengguna moda transportasi (bus atau kereta api) menganggap bahwa kedua memiliki keandalan sebagai sarana transportasi darat. Pihak penyedia moda transportasi (bus atau kereta api) dinilai memiliki daya tanggap terhadap kebutuhan dan keinginan konsumennya. Kondisi fisik armada moda transportasi (bus atau kereta api) dianggap baik

dan memadai. Pihak manajemen penyedia moda transportasi (bus atau kereta api) menunjukkan rasa empati dan peduli terhadap keinginan dan kebutuhan konsumen. Para pengguna moda transportasi (bus atau kereta api) merasa aman karena ada jaminan bahwa moda transportasi yang dipilih mampu meminimalisir risiko yang tidak diinginkan. Keseluruhan hasil tersebut mengisyaratkan bahwa instrumen penelitian variabel kualitas layanan bisa dianggap valid dan layak dalam penelitian ini.



**Tabel 3.** Hasil uji reliabilitas instrumen variabel demografi dan kualitas layanan

No	Indikator	Pengguna Bus			Pengguna Kereta Api		
		Ca	Cut off	Hasil	Ca	Cut off	Hasil
1	Motivasi	0,65	0,6	Reliabe	0,76	0,6	Reliabel
2	Kepribadian	0,73	0,6	Reliabe	0,84	0,6	Reliabel
3	Kelompok referensi	0,68	0,6	Reliabe	0,72	0,6	Reliabel
4	Keandalan	0,82	0,6	Reliabe	0,81	0,6	Reliabel
5	Daya tanggap	0,69	0,6	Reliabe	0,93	0,6	Reliabel
6	Bukti fisik	0,77	0,6	Reliabe	0,78	0,6	Reliabel
7	Empati	0,92	0,6	Reliabe	0,69	0,6	Reliabel
8	Jaminan	0,75	0,6	Reliabe	0,70	0,6	Reliabel

Sumber: data primer

Tabel 3 menunjukkan hasil uji reliabilitas instrumen penelitian variabel demografi dan kualitas layanan secara keseluruhan reliabel karena nilai *Cronbach Alpha (Ca)* lebih besar dari 0.6 baik pada pengguna moda transportasi bus maupun kereta api. Dengan demikian hasil uji reliabilitas tersebut mengisyaratkan bahwa semua indikator variabel demografi dan variabel kualitas layanan bisa diandalkan sebagai instrumen penelitian.

### Deskripsi Karakteristik Responden

Deskripsi karakteristik responden merupakan gambaran mengenai ciri-ciri pengguna moda transportasi bus dan kereta api berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan, penghasilan, dan frekuensi menggunakan moda transportasi ketika melakukan perjalanan jauh ke luar kota. Hasil deskripsi karakteristik responden nampak pada Tabel 5. Dilihat dari jenis kelamin pengguna moda transportasi bus sebagian besar adalah laki-laki sekitar 78 persen, dan 22 persen sisanya berjenis kelamin perempuan, sedangkan pengguna moda transportasi kereta api proporsi antara laki-laki dan perempuan hampir berimbang ialah 48 persen laki-laki dan 52 persen perempuan. Hasil tersebut memberikan isyarat bahwa moda transportasi kereta api diminati oleh laki-laki dan perempuan, sedangkan moda transportasi bus lebih diminati oleh pengguna berjenis kelamin laki-laki.

Dilihat dari aspek usia pengguna moda transportasi bus sebagian besar berasal dari kelompok usia remaja sebesar 28 persen, sedangkan pengguna moda transportasi kereta api lebih banyak dari kalangan usia tua ialah sebesar 35 persen. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa kelompok usia tua lebih memilih moda transportasi kereta api karena dianggap lebih memberikan rasa aman dan terhindar dari kemacetan di jalan. Berbeda dengan kalangan remaja usia muda yang lebih menyukai moda transportasi bus yang dianggap lebih praktis karena tidak terikat oleh waktu dan mereka merasa bebas sejalan dengan kepribadian remaja yang dinamis dan selalu ingin merasakan kebebasan.

Pekerjaan pengguna moda transportasi bus sebagian besar ialah dari kalangan PNS/TNI/POLRI sebesar 50 persen, dari kalangan pelajar dan mahasiswa menempati posisi kedua sebesar 30 persen, kemudian diikuti dari kalangan swasta sebesar 20 persen. Sedangkan pengguna moda transportasi kereta api lebih banyak dari kalangan swasta sebesar 43 persen, disusul dari kalangan PNS/TNI/POLRI sebesar 32 persen, sisanya dari kalangan pelajar dan mahasiswa sebesar 25 persen. Hasil ini mendeskripsikan bahwa kalangan profesional swasta lebih menyukai moda transportasi kereta api untuk melakukan perjalanan kepentingan bisnisnya.



**Tabel 4.** Deskripsi karakteristik responden

No	Karakteristik	$\Sigma$ Pengguna Bus		$\Sigma$ Pengguna Kereta Api	
		Absolut	Relatif	Absolut	Relatif
1.	Jenis kelamin				
	Laki-laki	31	0,78	19	0,48
	Perempuan	9	0,22	21	0,52
2.	Usia (tahun)				
	17 – 20	11	0,28	4	0,10
	21 – 24	9	0,22	6	0,15
	25 – 40	10	0,25	9	0,22
	41 – 55	6	0,15	7	0,18
	56 atau lebih	4	0,10	14	0,35
3.	Pekerjaan				
	PNS/TNI/POLRI	20	0,50	13	0,32
	Swasta	8	0,20	17	0,43
	Pelajar/Mahasiswa	12	0,30	10	0,25
4.	Penghasilan (rupiah/bulan)				
	< 1 juta	11	0,28	9	0,22
	1 juta – 2 juta	16	0,40	14	0,35
	>2 juta	13	0,32	17	0,43
5.	Frekuensi menggunakan				
	1 kali per minggu	12	0,30	14	0,35
	2 kali per minggu	22	0,55	18	0,45
	Lebih dari 2 kali per minggu	6	0,15	8	0,20

Sumber : data primer

Dilihat dari sisi penghasilan terdapat 40 persen pengguna moda transportasi bus yang berpenghasilan satu sampai dua juta rupiah per bulan, sedangkan pengguna moda transportasi kereta api sebagian besar atau sekitar 43 persen memiliki penghasilan lebih dari dua juta rupiah per bulan. Sedangkan dari aspek frekuensi penggunaan didapati sebagian besar atau sekitar 55 persen menggunakan bus dan 45 persen menggunakan kereta api dua kali dalam seminggu. Hasil tersebut memberikan isyarat bahwa pengguna moda transportasi (bus atau kereta api) ialah masyarakat yang memiliki mobilitas cukup tinggi.

#### Hasil Uji *Chi Square*

Uji *chi square* bertujuan untuk menguji pengaruh variabel demografi dan kualitas layanan (motivasi, kepribadian, kelompok referensi, keandalan, daya tanggap, bukti fisik, empati, dan jaminan) terhadap keputusan konsumen menggunakan moda transportasi (bus atau kereta api). Dengan menggunakan program *SPSS release 21* pada *level of significance 5%*, maka hipotesis nul ( $H_0$ ) diterima jika nilai *chi square* < 0,05. Hasil uji *chi square* pada pengguna moda transportasi bus nampak pada Tabel 6 sebagai berikut.



**Tabel 6.** Hasil uji *chi square* pada pengguna moda transportasi bus

No	Indikator Variabel	Chi square	DF	Sig
1.	Motivasi			
	Keinginan menggunakan moda transportasi yang nyaman	22,005	2	0,000
	Pertimbangan efisiensi dan efektifitas waktu	13,845	3	0,004
2.	Kepribadian			
	Pertimbangan harga tiket murah dengan kenyamanan	33,761	3	0,000
	Pertimbangan harga tiket dengan kemampuan keuangan	56,832	3	0,003
	Pertimbangan waktu yang fleksibel	24,008	2	0,001
3.	Kelompok referensi			
	Keluarga	24,901	2	0,000
	Teman	15,103	3	0,000
4.	Keandalan			
	Moda transportasi handal dalam perjalanan	27,010	1	0,000
5.	Daya tanggap			
	Layanan transportasi menyenangkan	23,008	2	0,000
6.	Bukti fisik			
	Armada transportasi yang tangguh dan memadai	20,905	2	0,007
7.	Empati			
	Pelayanan yang ramah dan tahu keinginan konsumen	15,942	2	0,000
8.	Jaminan			
	Moda transportasi yang aman dan minim risiko	14,772	2	0,002

Sumber: data primer diolah

Berdasarkan hasil uji *chi square* diketahui semua indikator (variabel demografi dan variabel kualitas layanan) memiliki nilai yang lebih kecil dari 0,05. Artinya hipotesis yang menyatakan bahwa variabel demografi (motivasi, kepribadian, dan kelompok referensi) serta variabel kualitas layanan (keandalan, daya tanggap, bukti fisik, empati, dan jaminan) berpengaruh terhadap perilaku konsumen dalam keputusan menggunakan moda transportasi bus. Dilihat dari urutan nilai *chi square*, terbesar sampai terkecil, maka peringkat pertama ditempati oleh indikator kepribadian konsumen yang mempertimbangkan harga tiket sesuai dengan kemampuan keuangan terbukti

berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan moda transportasi bus. Urutan kedua juga masih ditempati indikator kepribadian bahwa pertimbangan harga tiket dengan aspek kenyamanan ternyata memengaruhi secara signifikan terhadap keputusan menggunakan moda transportasi bus. Demikian seterusnya dan yang menempati urutan terbawah ialah indikator motivasi konsumen yang mempertimbangan efisiensi dan efektifitas waktu, namun demikian indikator tersebut juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan moda transportasi bus. Hasil selengkapnya disajikan pada Tabel 7 sebagai berikut.



**Tabel 7.** Indikator variabel yang berpengaruh terhadap keputusan menggunakan moda transportasi bus berdasarkan urutan nilai *chi square* terbesar sampai terkecil

No.	Indikator Variabel
1	Pertimbangan harga tiket dengan kemampuan keuangan konsumen
2	Pertimbangan harga tiket murah dengan kenyamanan
3	Keandalan moda transportasi dalam perjalanan
4	Keluarga
5	Pertimbangan waktu yang fleksibel
6	Pelayanan moda transportasi yang menyenangkan
7	Keinginan menggunakan moda transportasi yang nyaman
8	Armada transportasi yang tangguh dan memadai
9	Pelayanan yang ramah dan tahu keinginan konsumen
10	Teman
11	Moda transportasi yang aman dan minim risiko
12	Pertimbangan efisiensi dan efektifitas waktu

Sumber: data Tabel 6

Dengan cara yang sama bisa di hitung nilai *chi square* untuk menguji pengaruh indikator variabel demografi (motivasi, kepribadian dan kelompok referensi) serta indikator variabel kualitas layanan (keandalan, daya tanggap, bukti fisik, empati, dan jaminan) terhadap keputusan konsumen menggunakan moda transportasi

kereta api. Kriteria pengujian jika nilai *chi square* lebih kecil dari 0,05 maka hipotesis nul ( $H_0$ ) diterima, artinya indikator variabel berpengaruh nyata terhadap keputusan pengguna moda transportasi kereta api. Hasil uji selengkapnya disajikan pada Tabel 8 sebagai berikut.

**Tabel 8.** Hasil uji *chi square* pada pengguna moda transportasi kereta api

No	Indikator Variabel	Chi square	DF	Sig
1.	Motivasi			
	Keinginan menggunakan moda transportasi yang nyaman	42,498	2	0,003
	Pertimbangan efisiensi dan efektifitas waktu	18,441	3	0,000
2.	Kepribadian			
	Pertimbangan harga tiket dengan kenyamanan	25,068	3	0,002
	Pertimbangan harga tiket dengan kemampuan keuangan	18,019	3	0,000
	Pertimbangan ketepatan waktu	34,191	2	0,001
3.	Kelompok referensi			
	Keluarga	32,774	2	0,000
	Teman	30,310	3	0,000
4.	Keandalan			
	Moda transportasi handal dan terhindar macet perjalanan	19,097	1	0,000
5.	Daya tanggap			
	Layanan transportasi menyenangkan	29,045	2	0,002
6.	Bukti fisik			
	Armada transportasi yang tangguh dan memadai	24,088	2	0,000
7.	Empati			
	Layanan yang ramah dan tahu keinginan konsumen	21,972	2	0,001
8.	Jaminan			
	Moda transportasi yang aman dan minim risiko	58,105	2	0,000

Sumber: data primer diolah



Dilihat dari urutan nilai chi square terbesar sampai terkecil, maka indikator moda transportasi yang aman dan minim risiko menempati peringkat pertama dan berpengaruh nyata terhadap keputusan konsumen menggunakan moda transportasi kereta api, sedangkan peringkat paling bawah

ditempati oleh indikator kepribadian konsumen ialah pertimbangan harga tiket dengan kemampuan keuangan, namun masih dianggap berpengaruh nyata terhadap keputusan konsumen menggunakan moda transportasi kereta api. Hasil selengkapnya disajikan pada Tabel 9 sebagai berikut.

**Tabel 9.** Indikator variabel yang berpengaruh terhadap keputusan menggunakan moda transportasi kereta api berdasarkan urutan nilai *chi square* terbesar sampai terkecil

No.	Indikator Variabel
1	Moda transportasi yang aman dan minim risiko
2	Keinginan menggunakan moda transportasi yang nyaman
3	Pertimbangan ketepatan waktu
4	Keluarga
5	Teman
6	Pelayanan transportasi menyenangkan
7	Pertimbangan harga tiket dengan kenyamanan
8	Armada transportasi yang tangguh dan memadai
9	Layanan yang ramah dan tahu keinginan konsumen
10	Moda transportasi handal dan terhindar macet perjalanan
11	Pertimbangan efisiensi dan efektifitas waktu
12	Pertimbangan harga tiket dengan kemampuan keuangan

Sumber: data Tabel 8

### Hasil Uji *U Mann-Whitney*

Untuk menguji perbedaan perilaku konsumen pengguna moda transportasi bus dan pengguna moda transportasi kereta api menggunakan analisis *U Mann-Whitney*. Dalam hal ini yang akan diuji ialah perbedaan persepsi konsumen terhadap setiap indikator variabel (motivasi, kepribadian, kelompok referensi, kehandalan, daya tanggap, bukti fisik,

empati, dan jaminan) yang berpengaruh terhadap keputusan menggunakan moda transportasi (bus atau kereta api). Kriteria pengujian menggunakan *level of significance* 5% dengan ketentuan jika *Z* hitung berada diantara nilai kritisnya ( $-1,96 \leq Z_{hitung} \leq 1,96$ ), maka hipotesis ( $H_0$ ) diterima. Hasil pengujian disajikan pada Tabel 10 sebagai berikut.



**Tabel 10.** Hasil Pengujian *U Mann-Whitney* pada pengguna moda transportasi bus

No	Variabel	Zhitung	Sig.	Hasil uji Ho
1	Motivasi	1.511	0.008	Diterima
2	Kepribadian	-1.983	0.014	Ditolak
3	Kelompok referensi	-2.107	0.003	Ditolak
4	Keandalan	-2.465	0.014	Ditolak
5	Daya tanggap	-1.714	0.001	Diterima
6	Bukti fisik	-2.198	0.032	Ditolak
7	Empati	-1.836	0.006	Diterima
8	Jaminan	-2.163	0.015	Ditolak

Sumber: data primer

Tabel 10 menunjukkan, bahwa hanya tiga hipotesis nul ( $H_0$ ) yang diterima meliputi: (1) tidak ada perbedaan motivasi konsumen untuk menggunakan moda transportasi (bus atau kereta api); (2) tidak ada perbedaan persepsi tentang daya tanggap layanan moda transportasi antara bus dan kereta api; dan (3) demikian pula persepsi tentang empati penyedia moda transportasi tidak menunjukkan perbedaan yang nyata dimata pengguna moda transportasi bus maupun kereta api. Sedangkan selebihnya ada lima hipotesis nul ( $H_0$ ) yang ditolak meliputi: terdapat perbedaan persepsi konsumen tentang pengaruh kepribadian, kelompok referensi, keandalan, bukti fisik, dan jaminan terhadap keputusan menggunakan moda transportasi (bus atau kereta api).

## PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Perilaku konsumen pengguna jasa moda transportasi bus dan kereta api secara umum dipengaruhi oleh motivasi, kepribadian, kelompok referensi, keandalan, daya tanggap, bukti fisik, empati, dan jaminan. Namun demikian keputusan konsumen untuk menggunakan moda transportasi bus berbeda dari beberapa indikator berdasarkan prioritasnya dengan keputusan konsumen untuk menggunakan moda transportasi kereta api. Temuan ini sejalan dengan Hawkins, (2007:6) bahwa perilaku konsumen merupakan proses memilih, menjaga dan menggunakan produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhan.

Demikian pula dalam konteks hasil studi ini konsumen memilih moda transportasi bus didorong adanya motivasi bahwa harga tiket

dianggap terjangkau, sedangkan konsumen yang memilih moda transportasi kereta api harga tiket bukan mejadi problem utama, yang penting moda transportasi kereta api mampu memberikan rasa aman, nyaman dan relatif terhindar dari segala risiko seperti kecelakaan, dan kemacetan di jalan. Temuan ini sejalan dengan hasil studi Irawan. B (2013) yang menyatakan bahwa aspek keamanan, kenyamanan, dan terhindar dari risiko kemacetan di jalan merupakan aspek penting yang dipertimbangkan pengguna moda transportasi kereta api. Ada hal yang menarik dari temuan ini bahwa dilihat dari sisi karakteristik konsumen pengguna bus sebagian besar laki-laki, sedangkan pengguna kereta api perempuan artinya ada indikasi bahwa aspek gender juga ditengarai berperan penting terhadap keputusan untuk memilih moda transportasi.

Dilihat dari aspek kelompok referensi konsumen pengguna moda transportasi bus keputusannya untuk memilih moda bus banyak dipengaruhi oleh teman, sedangkan konsumen pengguna kereta api keputusannya banyak ditentukan oleh peran keluarga. Temuan ini sejalan dengan karakteristik masing-masing kelompok pengguna moda transportasi, dimana pengguna bus sebagian besar berusia remaja yang memang memiliki sifat dinamis, agresif dalam pergaulan dengan temannya. Sedangkan pengguna kereta api adalah kelompok orang tua dewasa yang telah mapan secara ekonomi dan memiliki penghasilan relatif lebih besar. Namun demikian baik pengguna bus maupun kereta api adalah masyarakat yang memiliki mobilitas cukup



tinggi hal ini masing-masing diperkuat dengan indikasi frekuensi menggunakan moda transportasi tersebut minimal dua kali dalam seminggu. Temuan ini sesuai dan semakin memperkuat "role theory" Hawkins (2007) bahwa konsumen merupakan aktor penentu yang masing-masing memiliki peran berbeda, dan hal tersebut akan menjadi penyebab kriteria yang mereka gunakan untuk mengevaluasi produk atau jasa berbeda disesuaikan dengan peran masing-masing.

Hal menarik lainnya dari temuan studi bahwa dilihat dari aspek ketepatan waktu moda transportasi kereta api dipersepsikan sebagai moda transportasi yang mampu memenuhi harapan konsumennya, sedangkan konsumen pengguna moda transportasi bus, lebih mementingkan fleksibilitas waktu, mereka menganggap dengan menggunakan moda transportasi bus akan lebih mudah mengatur waktu sesuai dengan agenda yang telah direncanakan bisa tercapai secara efektif dan efisien.

Temuan menarik lainnya ialah tidak ada perbedaan motivasi yang memengaruhi keputusan konsumen menggunakan moda transportasi bus dan menggunakan moda transportasi kereta api. Artinya baik pengguna moda transportasi bus maupun kereta api memiliki keinginan yang sama terhadap moda transportasi yang dipilih yaitu moda transportasi yang nyaman, aman, terhindar dari segala risiko dan harga tiketnya sesuai dengan kemampuan keuangan. Temuan ini dari sisi pandang konsumen utamanya konsep nilai (*customer value*), sejalan dengan Bishop, (1984) yang menyatakan bahwa harga merupakan suatu nilai yang harus dibayarkan untuk memperoleh suatu produk atau jasa.

Daya tanggap yang diberikan baik oleh penyedia jasa moda transportasi bus, maupun kereta api dipersepsikan sama, artinya mereka merasakan bahwa pihak penyedia moda transportasi (bus atau kereta api) selalu memerhatikan dan memberikan layanan seperti yang diharapkan konsumennya. Demikian

pula empati dipersepsikan sama baik oleh pengguna moda bus maupun pengguna moda transportasi kereta api dan memberikan pengaruh terhadap keputusan menggunakan moda transportasi. Temuan ini sejalan dan memperkuat hasil studi Irawan. B (2007) yang menyatakan bahwa ternyata *responsiveness* dan empati memberikan sumbangan pengaruh yang nyata terhadap kepuasan penumpang kereta api.

Dilihat dari sisi kepribadian ternyata ada persepsi yang berbeda antara pengguna moda transportasi bus dengan pengguna moda transportasi kereta api. Pengguna jasa transportasi bus lebih mempertimbangkan dari sisi harga tiket yang terjangkau, fleksibilitas waktu. Temuan ini sejalan dengan Grzybowski (2007) yang menyatakan bahwa konsumen yang sensitif terhadap harga cenderung akan memilih produk atau jasa dengan harga yang lebih murah, dalam hal ini konsumen biasanya membandingkan harga produk dengan produk lain untuk mempertimbangkan keuntungan atau kerugian yang akan timbul akibat keputusan pembelian produk tersebut.

Sedangkan pengguna jasa kereta api aspek yang dipertimbangkan ialah ketepatan waktu, keamanan, kenyamanan, risiko dan kemacetan di perjalanan. Temuan ini memberikan indikasi bahwa walaupun harga tiket kereta api relatif lebih mahal, bagi konsumen yang telah memahami kualitas layanan yang dirasakan, ditambah dengan adanya pengalaman keluarga atau teman yang pernah merasakan naik kereta api, maka harga bukan lagi menjadi faktor yang dipermasalahkan lagi. Artinya dibenak konsumen pengguna kereta api telah tercipta persepsi positif terhadap citra kereta api dan percaya sebagai moda transportasi yang relatif lebih aman dibanding dengan moda transportasi darat lainnya. Temuan ini sejalan dengan hasil studi Irawan, B (2013) bahwa citra merupakan bagian dari layanan yang berkualitas dan berpengaruh nyata terhadap kepuasan kepercayaan serta loyalitas. Disamping itu temuan ini juga sejalan dengan Takeuchi dan



Quelch, (1993) yang menyatakan bahwa citra produk atau perusahaan merupakan salah satu faktor yang memengaruhi persepsi konsumen atas kualitas.

## SIMPULAN

- a. Bahwa motivasi, kepribadian, kelompok referensi, kehandalan, daya tanggap, bukti fisik, empati, dan jaminan merupakan variabel yang memengaruhi keputusan konsumen menggunakan moda transportasi bus dan kereta api.
- b. Keinginan menggunakan moda transportasi yang harga tiketnya murah namun tetap memberikan layanan yang nyaman merupakan indikator utama yang memengaruhi keputusan pengguna moda transportasi bus, sedangkan indikator utama yang berpengaruh terhadap keputusan menggunakan moda transportasi kereta api ialah keinginan menggunakan moda transportasi yang menjamin adanya rasa aman, nyaman serta terhindar dari risiko kecelakaan dan kemacetan di jalan.
- c. Motivasi, daya tanggap, dan empati dipersepsikan sama baik oleh pengguna moda transportasi bus, maupun kereta api, namun berpengaruh nyata terhadap keputusan menggunakan moda transportasi (bus atau kereta api)
- d. Kepribadian, kelompok referensi, keandalan, bukti fisik, dan jaminan berpengaruh nyata terhadap keputusan konsumen menggunakan moda transportasi (bus atau kereta api), namun dipersepsikan berbeda.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bishop. W.R, Jr, 1984, "Competitive Intelligence", Progressive Grocer, European Journal of Marketing, March. (pp. 19-20)
- Dajan. A, 1979, Metode Pengantar Statistik Jilid I, Lembaga Penelitian Pendidikan dan Penerangan Ekonomi dan Sosial, Jakarta
- Grzybowski, Lukasz, 2007. "Estimating

*Switching Cost In Mobile Telephony in UK*". J Ind Compel Trade Vol. 8, (pp. 113-132)

Hawkins, D Motherborough Best, 2007, "Consumer Behaviour", Building Marketing Strategy, 10rd edition, Boston MCGraw-Hill Companies.

Irawan. B, 2007, "Analisis Kualitas Pelayanan Berbasis Kepuasan: Studi Terhadap Penumpang KA Cantik Ekspres di Jember". BISMA Jurnal Bisnis dan Manajemen. Vol 1, Nomor 3, Oktober, ISSN: 1978-3108 (pp. 205-210).

Irawan. B, 2013, "Relationship Satisfaction with Quality service Trust and Loyalty (Studies on

*The Mode of Railway Transportation in East Java)*". International Research Journal of Finance and Economics, ISSN 1450-2887 Issue 114 September: (pp.8-15)

Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran I: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. Jakarta: Prenhallindo.

Kotler, Philip dan Gery Amstrong. 2003. *Manajemen Pemasaran II: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Prenhallindo.

Lincoln, A. 1991. *Metode Penelitian untuk Ekonomi dan Bisnis*. Jogjakarta: UPP AMP YKPN. Mowen, John C. dan Minor. 2001. *Perilaku Konsumen*. Edisi Kelima. Jakarta: Prenhallindo. Parasuraman, Zeithaml, A.V, dan Berry L.L, 1990, "A Conceptual Model of Service Quality",

*Journal of Retailing*, Vol. 67: 420-450

Santoso, Singgih. 2007. *Soal-Jawab Statistik dengan SPSS dan Excel*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Sekaran, Uma. 2006. *Metodologi*

*Penelitian untuk Bisnis*. Jakarta:

Salemba Empat. Sugiyono. 2001.

*Metode Penelitian Administrasi*.

Bandung: Alfabeta.

Takeuchi, H dan Quelch, J.A 1993, "Quality is more than making a good product". Harvard Business Review, 61, (pp. 139-146)