

**ANALISIS HUBUNGAN ANTARA KARAKTERISTIK
KONSUMEN DENGAN MULTIATRIBUT JASA
TEMPAT PERSEWAAN INTERNET
DI KECAMATAN SUMBERSARI KABUPATEN JEMBER**

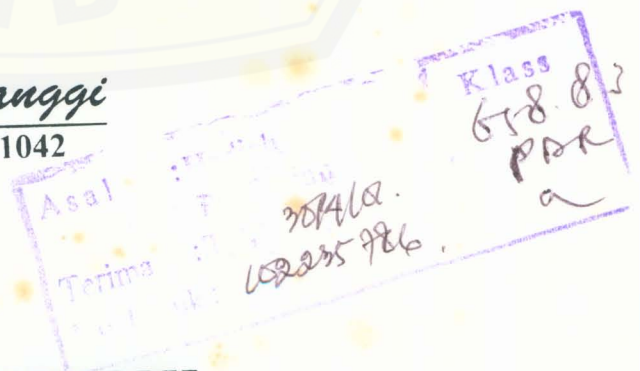
SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember

Oleh

Maksi Paranggi

NIM. 970810201042



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2001**

JUDUL SKRIPSI

ANALISIS HUBUNGAN ANTARA KARAKTERISTIK KONSUMEN
DENGAN MULTIATRIBUT JASA TEMPAT PERSEWAAN INTERNET
DI KECAMATAN SUMBERSARI KABUPATEN JEMBER

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

N a m a : MAKSI PARANGGI

N. I. M. : 970810201042

Jurusan : MANAJEMEN

telah dipertahankan di depan Panitia Penguji pada tanggal :

7 APRIL 2001


dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar **S a r j a n a** dalam Ilmu Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Susunan Panitia Penguji


Petua,


DRS. SAMSURI
NIP. 1302877119

Sekretaris,


DRS. AGUS PRONO
NIP. 131658392

Anggota,


DRS. ABDUL HALIM
NIP. 130674888



Mengetahui/Menyetujui
Universitas Jember
Fakultas Ekonomi
Dekan,


DRS. LIKIP, SU
NIP. 130531976



TANDA PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Analisis Hubungan Antara karakteristik Konsumen Dengan
Multiatribut Jasa Tempat Persewaan Internet di Kecamatan
Sumbersari Kabupaten Jember

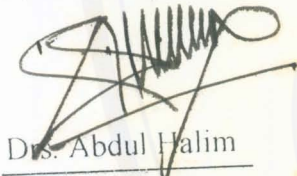
Nama Mahasiswa : Maksi Paranggi

NIM : 970810201042

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

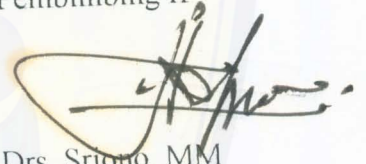
Pembimbing I



Drs. Abdul Halim

NIP: 130674838

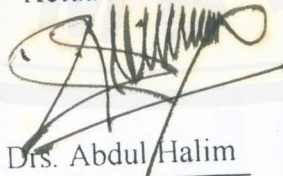
Pembimbing II



Drs. Sriono, MM

NIP: 131624476

Ketua Jurusan



Drs. Abdul Halim

NIP: 130674838

Tanggal Persetujuan: **29 Maret 2001**



PERSEMBAHAN

Skripsi ini aku persembahkan untuk

SOERADJI

(dimanapun berada)

Semua yang kau berikan akan selalu dalam kenanganku

MOTTO

Sikap tidak takut terhadap rintangan dan kesukaran adalah lebih mulia daripada bergerak mundur mencari ketenangan. Seekor kupu-kupu yang terbang melayang-layang disekeliling sebuah lentera sampai ia sendiri mati lebih mengagumkan daripada seekor tikus yang hidup di terowongan gelap. (Kahlil Gibran)

Isi gelas sepenuhnya lantas kosongkan,
Tembus jelajah dunia ini dan balikkan,
Peluk kucup perempuan, tinggalkan kalau merayu,
Pilih kuda yang paling liar, pacu laju,
jangan tambatkan pada siang dan malam...

(Chairil Anwar)

ABSTRAKSI

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui karakteristik konsumen tempat persewaan internet, mengetahui skala prioritas atribut jasa tempat persewaan internet, dan mengetahui hubungan antara karakteristik konsumen dengan multiatribut jasa tempat persewaan internet. Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember selama 1 (satu) bulan.

Penelitian ini menggunakan metode survai, yaitu dengan menyebarkan kuisioner terhadap responden. Penentuan sampel yang digunakan adalah dengan quota sampling. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah karakteristik konsumen (jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, dan penghasilan/uang saku perbulan) dan multiatribut jasa tempat persewaan internet (harga sewa perjam, keandalan komputer, fasilitas ruangan, pelayanan pengelola, lokasi, bonus/diskon, dan keamanan penitipan barang/kendaraan). Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, analisis kebutuhan, chi kuadrat, dan koefisien kontingensi.

Hasil yang didapat dari penelitian ini adalah karakteristik konsumen yang paling banyak sebagai berikut: jenis kelamin laki-laki (74%), usia 21 tahun (33%) 22 tahun (28%), dan usia 20 th (19%), pendidikan terakhir SMA (95%), dan uang saku perbulan Rp.300.00 (35%), Rp.250.000 (30%), dan Rp.350.000 (24%). Skala prioritas tempat persewaan internet dari yang paling penting sampai kurang penting adalah keandalan komputer, fasilitas ruangan, hargasewa perjam, pelayanan pengelola, keamanan penitipan kendaraan/barang, bonus/diskon, dan lokasi. Karakteristik konsumen yang tidak berhubungan dengan atribut jasa tempat persewaan internet adalah jenis kelamin, usia, dan pendidikan terakhir. Karakteristik konsumen yang berhubungan dengan atribut jasa tempat persewaan internet adalah uag saku perbulan dengan pola hubungan positif kuat.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT yang melimpahkan segala rahmat dan karunia sehingga skripsi yang digunakan untuk memperoleh gelar sarjana ekonomi ini dapat terselesaikan. Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas pula dari bantuan berbagai pihak yang terlibat langsung maupun tidak langsung. Ucapan terima kasih disampaikan pada:

1. Bapak Drs. Abdul Halim sebagai Dosen Pembimbing I
2. Bapak Drs. Sriono sebagai Dosen Pembimbing II
3. Bapak Drs. Liakip, SU selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember
4. Semua dosen dan karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang membantu kelancaran pembuatan skripsi ini.
5. Pihak pengelola tempat persewaan internet (Warna, Bintang, Mega, iCon, dan Smile) yang membantu dalam pelaksanaan pengumpulan data.
6. Gretta dan Ira (karena kalian aku berusaha lebih keras)
7. Siti yang memberi kekuatan, inspirasi, dan semangat.
8. Mbah Nur dan Mr. Bon-bon sebagai teman diskusi juga seluruh teman di Halmahera I no 4
9. Teman-teman manajemen genap 97

Serta pada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Akhirnya semoga skripsi ini mampu berguna bagi semua pihak yang memerlukannya.

DAFTAR ISI

	Halaman
JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
ABSTRAKSI.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	3
1.5 Hipotesis Penelitian.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Tinjauan Penelitian Sebelumnya.....	5
2.2 Definisi Pemasaran.....	6
2.3 Pengertian Jasa.....	7
2.3.1 Penawaran Jasa.....	7
2.3.2 Karakteristik Jasa.....	7
2.3.3 Macam-macam Jasa.....	8

2.4 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	9
2.4.1 Faktor Budaya.....	9
2.4.2 Faktor Sosial.....	10
2.4.3 Faktor Pribadi.....	11
2.4.4 Faktor Psikologis.....	12
2.5 Kebutuhan Manusia.....	14
2.6 Chi Kuadrat Test.....	16
2.7 Koefisien Kontingensi.....	18
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Rancangan Penelitian.....	19
3.2 Populasi dan Sampel.....	19
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	20
3.4 Definisi Variabel Operasional dan Pengukurannya.....	20
3.5 Metode Analisis Data.....	23
BAB IV HASIL DAN PEMAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Tempat Persewaan Internet.....	28
4.1.1 Warna.....	28
4.1.2 Mega.....	28
4.1.3 Bintang Internet.....	29
4.1.4 iCon.....	29
4.1.5 Smile.....	29
4.2 Analisis Deskriptif.....	30
4.2.1 Jenis Kelamin Konsumen Tempat Persewaan Internet.....	30
4.2.2 Usia Konsumen Tempat Persewaan Internet.....	30
4.2.3 Tingkat Pendidikan Terakhir Konsumen Tempat Persewaan Internet.....	31
4.2.4 Uang Saku Perbulan Konsumen Tempat Persewaan Internet.....	32
4.3 Analisis Kebutuhan.....	33

4.4 Uji Independensi.....	37
4.4.1 Uji Independensi antara Jenis Kelamin Konsumen dengan Multiatribut Jasa Tempat Persewaan Internet.....	37
4.4.2 Uji Independensi antara Usia Konsumen dengan Multiatribut Jasa Tempat Persewaan Internet.....	40
4.4.3 Uji Independensi antara Tingkat Pendidikan Terakhir Konsumen dengan Multiatribut Jasa Tempat Persewaan Internet.....	42
4.4.4 Uji Independensi antara Uang Saku Perbulan Konsumen dengan Multiatribut Jasa Tempat Persewaan Internet.....	44
4.5 Uji Koefisien Kontingensi.....	45
4.5.1 Uji Koefisien Kontingensi antara Uang Saku Perbulan Konsumen dengan Multiatribut Jasa Tempat Persewaan Internet.....	45
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	46
5.2 Saran.....	48
DAFTAR PUSTAKA	49
LAMPIRAN	51

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
3.1 Karakteristik Konsumen.....	23
3.2 Skala Prioritas Multiatribut Jasa Tempat Persewaan Internet.....	24
3.3 Tabel Kontingensi.....	25
4.1 Jenis Kelamin Konsumen Tempat Persewaan Internet.....	30
4.2 Usia Konsumen Tempat Persewaan Internet.....	31
4.3 Tingkat Pendidikan Terakhir Konsumen Tempat Persewaan Internet.....	31
4.4 Uang Saku Perbulan Konsumen Tempat Persewaan Internet.....	32
4.5 Skala Prioritas Multiatribut Jasa Tempat Persewaan Internet.....	34
4.6 Uji Independensi antara Jenis Kelamin Konsumen dengan Multiatribut Jasa Tempat Persewaan Internet.....	38
4.7 Uji Independensi antara Usia Konsumen dengan Multiatribut Jasa Tempat Persewaan Internet.....	40
4.8 Uji Independensi antara Tingkat Pendidikan Terakhir Konsumen dengan Multiatribut Jasa Tempat Persewaan Internet.....	42
4.9 Uji Independensi antara Uang Saku Perbulan Konsumen dengan Multiatribut Jasa Tempat Persewaan Internet.....	44

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Jenjang Kebutuhan Manusia menurut Maslow.....	15
4.1 Daerah Penerimaan/Penolakan H_0 untuk Uji Independensi antara Jenis Kelamin Konsumen dengan Multiatribut Jasa Tempat Persewaan Internet	39
4.2 Daerah Penerimaan/Penolakan H_0 untuk Uji Independensi antara Usia Konsumen dengan Multiatribut Jasa Tempat Persewaan Internet	41
4.3 Daerah Penerimaan/Penolakan H_0 untuk Uji Independensi antara Tingkat Pendidikan Terakhir Konsumen dengan Multiatribut JasaTempat Persewaan Internet	43
4.4 Daerah Penerimaan/Penolakan H_0 untuk Uji Independensi antara Uang Saku Perbulan Konsumen dengan Multiatribut JasaTempat Persewaan Internet	45

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

1. Uji Independensi antara Jenis Kelamin Konsumen dengan Multiatribut Jasa Tempat Persewaan Internet
2. Uji Independensi antara Usia Konsumen dengan Multiatribut Jasa Tempat Persewaan Internet
3. Uji Independensi antara Tingkat Pendidikan Terakhir Konsumen dengan Multiatribut Jasa Tempat Persewaan Internet
4. Uji Independensi antara Uang Saku Perbulan Konsumen dengan Multiatribut Jasa Tempat Persewaan Internet
5. Uji Koefisien Kontingensi
6. Tabulasi Data Karakteristik Konsumen dan Skala Prioritas Multiatribut Jasa Tempat Persewaan Internet Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember
7. Kuisisioner Penelitian
8. Tabel Chi Kuadrat Test

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Permasalahan

Pada saat sekarang ini, dunia semakin mengglobal. Para pakar mengatakan bahwa dunia yang mengglobal menjadikan semua manusia di dunia ini merasa dekat, merasa hanya mempunyai satu negara yang melingkupinya. Jarak menjadi tidak begitu berarti lagi. Kita dapat mengikuti apa yang terjadi pada belahan dunia yang lain seketika peristiwa itu terjadi. Geografi tak lagi menjadi pembatas. Salah satu penyebab dunia semakin mengglobal adalah dengan adanya kemajuan dalam bidang telekomunikasi dan komputer. Dalam telekomunikasi kita bergerak ke suatu jaringan informasi tunggal seluruh dunia, sama seperti kita secara ekonomi menjadi satu pasar global (Naisbitt, 1990: 13). Dikenalkannya internet akhir-akhir ini, menjadi semakin memperkuat perkembangan teknologi dan komputer yang semakin pesat itu.

Internet adalah hasil teknologi komputer dan komunikasi. Internet mampu membagikan berbagai fasilitas dan manfaat yang menjadikan para pengguna berusaha untuk mampu menggunakan teknologi ini. Sebagai sumber dan media informasi global, internet mampu menyampaikan berbagai bentuk komunikasi secara interaktif dan cepat, bahkan internetpun kemudian berkembang dan dapat dipercaya sebagai pustaka informasi yang begitu lengkap. Berbagai informasi dalam berbagai tujuan dan bentuk bercampur menjadi satu dan untuk mengaksesnya hanya diperlukan satu sentuhan jari saja dan berbagai informasi siap didistribusikan kepada pemakainya.

Adanya berbagai keunggulan yang ada pada internet tersebut menjadikan semakin banyak orang yang membutuhkan teknologi ini. Para pelaku bisnis memerlukannya untuk menunjang kegiatan bisnisnya agar dapat berjalan dengan lebih cepat dan meningkatkan nilai ekonomisnya. Para pendidik memerlukannya untuk pencarian informasi yang dapat meningkatkan kualitas keilmuannya. Pelajar dan mahasiswa memerlukannya untuk mendapatkan informasi yang terkini

mengenai segala sesuatu, sehingga ia pada akhirnya mampu bersaing dengan sumber daya dari luar. Melihat adanya kondisi yang demikian ini maka pihak tertentu berusaha memberi kemudahan pada konsumen. Berbekal modal yang mencukupi, pemodal mendirikan tempat persewaan komputer yang dapat dikonsumsi masyarakat luas.

Adanya banyak pihak yang tertarik dan berusaha mendirikan tempat persewaan internet ini, maka menjadikan suatu fenomena yang perlu untuk dicermati dan diteliti. Banyaknya tempat persewaan internet ini akan menimbulkan suatu pola persaingan untuk mendapatkan pelanggan. Dalam menghadapi persaingan di bisnis jasa, karena tempat persewaan internet dapat digolongkan sebagai bisnis jasa, dapat diambil beberapa strategi (Kotler, 1998:88):

1. Mengadakan perbedaan.

Pemasar jasa seringkali sulit mendiferensiasikan jasa mereka dengan jasa pesaing, karena itu perlu diketahui apa harapan pelanggan (*primary service package*) dan apa yang menjadi tambahan keistimewaan lain (*secondary service features*). Perbedaan dapat dikembangkan dari *secondary service features* tersebut karena *primary service package* telah dianggap sebagai suatu standar.

2. Mengelola kualitas jasa.

Salah satu cara memenangkan persaingan dalam memperebutkan pelanggan adalah dengan memberi jasa dengan kualitas yang lebih tinggi daripada pesaing. Kita harus berusaha untuk melebihi harapan pelanggan. Pelanggan dalam mengkonsumsi suatu jasa akan mempertimbangkan dengan cara membandingkan dengan pengalaman yang telah ia dapat, lalu ia akan membandingkan antara apa yang telah ia dapat dengan apa yang ia harapkan. Bila apa yang ia dapat relatif sama dengan apa yang ia harapkan maka ada kemungkinan ia akan mengkonsumsi lagi jasa tersebut. Keadaan seperti ini yang diinginkan produsen.

1.2. Rumusan Masalah

Kecamatan Sumpalsari adalah salah satu kecamatan yang dihuni banyak mahasiswa dan pelajar, sehingga hal ini menjadi salah satu tempat berkembangnya tempat persewaan internet. Banyaknya tempat persewaan internet akan menumbuhkan suatu pola persaingan (diharapkan mampu berkembang ke arah yang positif). Guna memenangkan persaingan ini maka pengelola tempat persewaan internet perlu mengetahui bagaimana karakteristik konsumennya dan apa saja yang menjadi harapannya. Berbekal pengetahuan ini maka diharapkan pengelola mampu menarik konsumen untuk mengkonsumsi jasa yang ia tawarkan. Itulah yang menjadi alasan mengapa pihak pengelola perlu memperhatikan dan mengetahui karakteristik konsumen dan atribut apa saja yang diharapkan konsumen tersebut. Skala prioritas yang nantinya disusun akan memberi gambaran secara lebih jelas tentang harapan-harapan konsumen.

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah :

- Mengetahui karakteristik konsumen tempat persewaan internet.
- Mengetahui skala prioritas konsumen terhadap berbagai atribut yang ditawarkan pengelola tempat persewaan internet.
- Mengetahui ada atau tidak hubungan antara karakteristik konsumen dengan multiatribut jasa tempat persewaan internet

1.4. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini adalah:

- Hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi pertimbangan bagi pihak pengelola tempat persewaan internet untuk meningkatkan kualitas pelayanannya.
- Bagi pemodal baru yang akan mendirikan tempat persewaan internet di masa akan datang diharapkan mampu menjadikan hasil penelitian ini sebagai pijakannya dalam memulai usaha.

1.5 Hipotesis Penelitian

Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- a. Hipotesis nol (H_0) adalah diduga tidak ada hubungan yang signifikan antara karakteristik konsumen (jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, uang saku perbulan) dengan multiatribut jasa yang ditawarkan tempat persewaan internet (harga sewa, keandalan komputer, fasilitas ruangan, pelayanan operator, lokasi, bonus/diskon, dan keamanan penitipan barang/kendaraan).
- b. Hipotesis alternatif (H_a) adalah diduga ada hubungan yang signifikan antara karakteristik konsumen (jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, uang saku perbulan) dengan multiatribut jasa yang ditawarkan tempat persewaan internet (harga sewa, keandalan komputer, fasilitas ruangan, pelayanan operator, lokasi, bonus/diskon, dan keamanan penitipan barang/kendaraan).

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Penelitian Sebelumnya

Penelitian ini berlandaskan pada penelitian sebelumnya yang telah dipublikasikan, yaitu antara lain pada Info Komputer dan Bisnis Indonesia. Info Komputer (1997:30-32) mengeluarkan hasil survainya mengenai internet. Variabel yang digunakan dalam penelitian itu antara lain adalah : penggunaan fasilitas, tempat mengakses, usia, pendidikan terakhir, dan lama menggunakan. Hasil yang didapat melalui penelitian ini antara lain adalah :

- a. Penggunaan internet kebanyakan adalah untuk WWW sebanyak 53,2% dan E-mail sebanyak 3,03%.
- b. Usia yang terbanyak menggunakan internet adalah 20–24 tahun (32,7%), usia 25–29 tahun (26,4%), dan usia 15–19 tahun (16,7%)
- c. Pengguna internet sebagian besar berpendidikan mahasiswa (30%), sarjana (27,6%), dan SLTA (24,3%).
- d. Lama menggunakan internet mayoritas adalah kurang dari 20 jam per bulan (56,9%) dan 20–60 jam perbulan (43,5%).
- d. Tempat mengakses terbanyak adalah di kantor (33,8%), rumah (30,3%), dan sekolah/ kampus (10,2%).

Surindo (2001:5) pada tahun 2000 melakukan survai pada 2007 remaja (10-24 tahun) di tujuh wilayah kota (Jakarta, Botabek, Bandung, Semarang, Surabaya, Makasar dan Medan). Hasil yang berhubungan dengan internet antara lain sebagai berikut:

- a. sebanyak 62,4% responden mengaku pernah mengakses internet dan dari jumlah itu, 56,8% mengakses di rentel dan 24% mengakses di rumah sendiri.
- b. Sebagian besar remaja (62,4%) dalam seminggu mengakses 1-3 kali dan yang lebih dari enam kali mencapai 23,9%.

c. Internet digunakan untuk mencari informasi sebanyak 72,9%, 69,3% untuk e-mail, 60,1% chatting, 55,3% sekedar ingin tahu dan 7,1% untuk belanja via internet.

Dua penelitian yang telah ada hanya menampilkan variabel karakteristik konsumen dan bersifat umum (meneliti pengguna internet di kantor, rumah, rental, dan tempat yang dapat digunakan mengakses lainnya). Penelitian yang dilakukan kali ini bersifat khusus/fokus (hanya meneliti pengguna pada tempat persewaan internet/rental) dan melakukan penambahan variabel multiatribut jasa tempat persewaan internet (harga sewa perjam, keandalan komputer, fasilitas ruangan, pelayanan pengelola, lokasi, bonus/diskon, dan keamanan penitipan barang/kendaraan) serta mencoba menguji hubungan antara variabel karakteristik konsumen dengan variabel multiatribut jasa tempat persewaan internet.

2.2 Definisi Pemasaran

Pemasaran adalah salah satu fungsi yang penting dalam suatu perusahaan atau organisasi. Pemasaran banyak diterapkan dalam berbagai bentuk usaha dan merupakan salah satu fungsi yang terintegrasi dengan fungsi yang lainnya. Dengan menggunakan prinsip pemasaran, perusahaan akan mampu meningkatkan nilai ekonomisnya. Banyak yang tahu bagaimana secara praktik pemasaran itu tapi masih sedikit yang tahu arti pemasaran itu yang sebenarnya. Menurut Swasta (1996:10), pemasaran diartikan sebagai sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan pembeli yang ada maupun pembeli potensial. Menurut Kotler (1993:4), pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dimana seseorang atau sekelompok orang memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk dan nilai. Dua definisi ini mampu mewakili pendapat dari ahli lain yang relatif mengandung pengertian pokok pada adanya suatu kegiatan yang dilakukan produsen untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan konsumen.

2.3 Pengertian Jasa

Jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lainnya yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun (Kotler, 1998:83).

2.3.1 Penawaran Jasa

Penawaran jasa dapat dibedakan menjadi (Kotler, 1998:83-84):

a. Barang berwujud murni.

Penawarannya hanya berwujud barang saja tanpa disertai dengan jasa atau barang lain yang menyertainya.

b. Barang utama yang disertai jasa atau barang lain.

Penawarannya terdiri dari barang yang disertai dengan barang dan atau jasa lain untuk meningkatkan daya tarik konsumen.

c. Campuran.

Penawarannya terdiri dari barang dan jasa dalam proporsi yang sama.

d. Jasa utama yang disertai dengan jasa atau barang tambahan.

Penawarannya terdiri dari jasa utama yang disertai dengan barang atau jasa yang lainnya.

e. Jasa Murni

Penawarannya terdiri dari jasa saja tanpa disertai dengan barang atau jasa tambahan.

2.3.2 Karakteristik Jasa

Karakteristik jasa dapat dibedakan menjadi (Kotler, 1998:84-86):

a. Tak berwujud (*intangibility*)

Ciri jasa ini menandakan bahwa seseorang tidak akan dapat melihat/merasakan jasa bila ia belum melakukan proses konsumsi jasa tersebut. Sebagai contoh orang tidak akan dapat melihat hasil dari suatu bedah plastik sebelum ia membelinya.

b. Tidak terpisahkan (*inseparability*)

Ciri ini menjelaskan bahwa dalam proses konsumsi suatu jasa akan terjadi secara bersamaan dengan proses produksi jasa tersebut. Jasa umumnya dijual terlebih dahulu baru diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan, interaksi antara penyedia jasa dan konsumen merupakan ciri khusus jasa. Kedua pihak akan mempengaruhi hasil dari proses tersebut.

c. Bervariasi (*variability*)

Jasa tergantung dari penyedia/produsen, kapan, dan dimana jasa dilakukan, maka jasa akan bervariasi antara satu dengan yang lainnya. Setiap produsen jasa mempunyai suatu standart sendiri-sendiri mengenai jasa yang dihasilkannya dan standart tersebut akan berbeda antara satu dengan yang lainnya.

d. Mudah lenyap (*perishability*)

Ciri ini berarti bahwa jasa tidak dapat disimpan. Jasa yang telah diproduksi tidak dapat disimpan bila konsumen tidak dapat mengkonsumsi suatu jasa sampai habis. Jasa tidak dapat digunakan pada masa yang akan datang bila ia telah diproduksi pada saat ini. Kursi kereta yang kosong pada saat ini tidak akan dapat dikonsumsi pada saat yang akan datang.

2.3.3 Macam-macam Jasa

Macam-macam jasa dapat dibedakan menjadi dua, yaitu (Swasta, 1996:319-323):

a. Jasa Industri

Jasa industri disediakan untuk organisasi dalam lingkup yang luas, termasuk pengolahan, pertambangan, pertanian, organisasi non laba, dan pemerintahan.

b. Jasa Konsumen

Jasa konsumen adalah jasa yang digunakan oleh masyarakat kebanyakan.

Jasa konsumen dapat dibedakan menjadi tiga, yaitu :

1. Jasa konvinien

Jasa konvinien adalah jasa konsumsi yang pembelianya sering dan masyarakat membelinya dengan usaha yang minimal.

2. Jasa shopping

Jasa shopping adalah jasa konsumsi yang dibeli/ dipilih oleh masyarakat sesudah mengadakan perbandingan kualitas, harga, dan reputasi.

3. Jasa spesial

Jasa spesial adalah jasa konsumsi yang dalam pembeliannya pihak pembeli harus melakukan usaha pembelian khusus dengan cara tertentu atau dengan pembayaran yang lebih besar.

2.4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

2.4.1 Faktor Budaya.

a. Budaya

Budaya adalah nilai, gagasan, artifak, dan simbol lain yang bermakna dan membantu individu untuk berkomunikasi, melakukan penafsiran, dan evaluasi sebagai anggota masyarakat (Engel, Blackwell dan Miniard, 1994:69).

b. Sub-budaya.

Sub-budaya adalah sekelompok orang yang mempunyai sistem nilai sama berdasar pada pengalaman hidup dan situasi (Kotler, 1993:232). Sub budaya dapat dibagi menjadi:

1. Kelompok kebangsaan . Kelompok ini dapat dijumpai dalam kelompok-kelompok besar dan menunjukkan cita rasa dan kecenderungan yang berbeda.
2. Kelompok keagamaan. Kelompok ini menampilkan hubungan budaya dengan preferensi budaya dan larangan-larangan yang khas.
3. Kelompok ras.
4. Wilayah geografis.

c. Kelas sosial.

Kelas sosial adalah sebuah kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama dalam sebuah masyarakat, yang tersusun dalam sebuah urutan jenjang, dan para anggota dalam setiap jenjang memiliki nilai-nilai, minat, dan tingkah laku yang sama (Kotler, 1993:233). Orang cenderung melihat kelas sosial yang lebih tinggi serta mendambakan hak-hak istimewa dan kelebihan-kelebihan mereka. Banyak orang dari kelas sosial yang lebih rendah membeli barang dan jasa kelas sosial yang lebih tinggi untuk mengidentifikasi dirinya dengan kelas sosial tinggi.

2.4.2 Faktor Sosial

Faktor sosial dapat dibagi menjadi :

a. Kelompok referensi, yang terdiri dari :

1. Kelompok keanggotaan, yaitu kelompok yang memberi pengaruh langsung terhadap seorang yang menjadi anggotanya.
2. Kelompok aspirasi, yaitu kelompok yang dapat memberi pengaruh terhadap orang yang bukan menjadi anggotanya.

Beberapa periset sehubungan dengan pengaruh kelompok referensi ini membagi barang menjadi dua macam, yaitu :

1. Produk privat (*private produk*) sebagai produk yang dimiliki seseorang dan orang lain tidak tahu bahwa orang tersebut memilikinya
2. Produk publik (*publik produk*) sebagai produk yang dimiliki dan digunakan seseorang dan orang lain mengetahui bahwa orang tersebut memiliki dan menggunakan produk tersebut.

Pengaruh kelompok bervariasi untuk produk dan merek. Pengaruh itu cenderung paling kuat kalau produk itu terlihat oleh orang lain yang dihargai pembelinya.

b. Keluarga

Keluarga adalah kelompok yang terdiri dari dua orang atau lebih yang berhubungan melalui darah, perkawinan, atau adopsi dan tinggal bersama (Engel, 1994:194). Kita dapat membedakan dua macam keluarga dalam kehidupan pribadi, yaitu :

1. Keluarga sebagai sumber orientasi yang terdiri dari orang tua
2. Keluarga sebagai sumber keturunan yang terdiri dari pasangan suami istri beserta anak-anaknya.

c. Peran dan status.

Sepanjang kehidupannya, seseorang terlibat dalam berbagai kelompok, yaitu keluarga, klub, dan organisasi. Kedudukan seseorang dalam setiap kelompok akan menimbulkan peran dan status.

2.4.3 Faktor Pribadi

Faktor pribadi terdiri dari :

a. Usia dan tahap daur hidup

Seseorang akan mengkonsumsi sesuatu yang berbeda sepanjang hidupnya. Barang dan jasa yang ia konsumsi akan berdasarkan pada tingkatan usianya saat itu.

b. Situasi ekonomi.

Keadaan ekonomi seseorang terdiri dari :

1. Pendapatan yang dibelanjakan
2. Tabungan dan milik kekayaan
3. Kemampuan meminjam
4. Sikap terhadap pengeluaran lawan menabung

c. Pekerjaan

Pekerjaan yang melekat pada seseorang akan berpengaruh terhadap apa yang akan ia konsumsi. Seseorang dengan pekerjaan yang "tinggi" akan lain dengan seseorang dengan pekerjaan yang "rendah" dalam mengkonsumsi sesuatu.

d. Gaya hidup

Gaya hidup adalah pola kehidupan yang diwujudkan dalam aktivitas, interes, dan opininya. Klasifikasi gaya hidup tidak dapat dianggap bersifat universal, klasifikasi ini akan sangat berbeda dari satu negara dan negara lain.

e. Kepribadian dan konsep diri.

Kepribadian adalah karakteristik psikologi unik dari seseorang yang menyebabkan respon yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungan dirinya sendiri. Kepribadian dapat bermanfaat untuk menganalisis tingkah laku konsumen untuk pemilihan produk atau merek tertentu.

2.4.4 Faktor Psikologis

Faktor psikologis terdiri dari :

a. Motivasi.

Motif (dorongan) adalah suatu kebutuhan yang cukup kuat mendesak untuk mengarahkan seseorang agar dapat mencari pemuasan terhadap kebutuhan itu. Motif umumnya dikelompokkan dalam dua kategori besar :

1. Motif bersifat biogenik

Motif ini timbul karena perasaan kekurangan fisiologi seperti rasa lapar, haus, kebutuhan seks, atau ketidaknyamanan fisik

2. Motif bersifat psikogenik

Motif ini berupa ketegangan psikologi karena kebutuhan akan gengsi, kekayaan, pengakuan, dan sebagainya.

b. Persepsi

Seseorang yang termotivasi siap untuk melakukan perbuatan. Bagaimana seseorang yang termotivasi berbuat sesuatu adalah dipengaruhi persepsinya terhadap situasi yang dihadapinya. Persepsi dapat diartikan proses seorang individu memilih, mengorganisasi, dan menafsirkan masukan-masukan informasi untuk menciptakan sebuah gambar yang bermakna tentang suatu dunia. Persepsi tidak hanya tergantung pada sifat-sifat rangsangan fisis, tetapi

juga dengan lingkungan yang ada di sekelilingnya dan kondisi dalam individu itu sendiri.

c. Belajar

Belajar menggambarkan perubahan dalam perilaku seseorang individu yang bersumber dari pengalaman. Kebanyakan perilaku manusia diperoleh dengan mempelajarinya. Kegunaan praktis dari teori belajar ini bagi pemasar adalah bahwa mereka dapat membangun tuntutan terhadap produk tertentu dengan jalan menghubungkan produk itu dengan dorongan kebutuhan yang kuat, memanfaatkan faktor-faktor penting yang menuntun perilaku dan menyediakan faktor penguat yang positif. Sebuah perusahaan baru dapat masuk ke pasar dengan cara memikat suatu dorongan yang sama dengan apa yang dilakukan pesaingnya dan menyediakan faktor-faktor penuntun perilaku yang sama, karena para pembeli lebih banyak mengalihkan kesetiannya pada merek serupa daripada merek yang berbeda. Perusahaan itu juga dapat merancang mereknya untuk memikat seperangkat dorongan yang berbeda dan menyediakan bujukan yang kuat untuk mengubah dorongan semula.

d. Kepercayaan dan sikap

Melalui perbuatan dan belajar, orang memperoleh kepercayaan dan sikap. Suatu kepercayaan adalah suatu gagasan deskriptif yang dianut oleh seseorang tentang sesuatu. Kepercayaan akan membentuk citra terhadap merek dan produk, dan orang berbuat sesuai dengan kepercayaannya. Sikap menggambarkan penilaian kognitif yang baik maupun tidak baik, perasaan emosional, dan kecenderungan berbuat yang bertahan selama waktu tertentu terhadap beberapa obyek atau gagasan (Kotler, 1993:251). Sikap menyebabkan orang berperilaku secara tetap terhadap suatu obyek yang sama.

2.5 Kebutuhan Manusia

Titik tolak bagi disiplin pemasaran terletak pada kebutuhan dan keinginan manusia (Hiam dan Schews, 1994:10). Dengan mempelajari kebutuhan manusia, diharapkan pemasar mampu mengetahui dengan lebih jelas tentang konsumen yang dihadapinya. Tingkat kebutuhan antara satu orang/kelompok dengan orang/kelompok lain akan dapat berbeda. Perbedaan yang ada ini akan memunculkan pula suatu pola pemasaran yang berbeda pula. Para pemasar tidak mungkin menciptakan atau memodifikasi kebutuhan dengan upaya pemasaran apapun, oleh karena itu tujuannya adalah untuk menempatkan produk atau jasa di dalam pasar target sebagai alternatif yang absah dan berguna dalam pemenuhan kebutuhan (Engel, Blackwell dan Miniard, 1994:308). Teori kebutuhan yang sering dianut oleh kebanyakan pemasar adalah teori kebutuhan Maslow.

Maslow (dalam Kotler, 1993:247) menjelaskan bahwa kebutuhan manusia dapat disusun dalam tingkat yang berbeda-beda dan berjenjang dari tingkatan yang paling mendesak hingga kurang mendesak. George Katora (dalam Engel, Blackwell dan Miniard, 1994:300) memperlihatkan bahwa prapotensi (bentuk hirarki kebutuhan) benar-benar mempengaruhi perilaku konsumen hingga jangkauan dimana keinginan yang sebelumnya diabaikan menampilkan diri yang paling sering sesudah pembelian memenuhi kebutuhan yang utama. Maslow (dalam Kotler, 1993:247), menyebutkan lima tingkat kebutuhan manusia, yaitu :

a. Kebutuhan fisiologis

Kebutuhan untuk makan, minum, seks, dan tempat berteduh.

b. Kebutuhan rasa keselamatan

Kebutuhan akan keamanan dan perlindungan

c. Kebutuhan sosial

Kebutuhan akan kasih sayang, diterima, dan menjadi anggota masyarakat

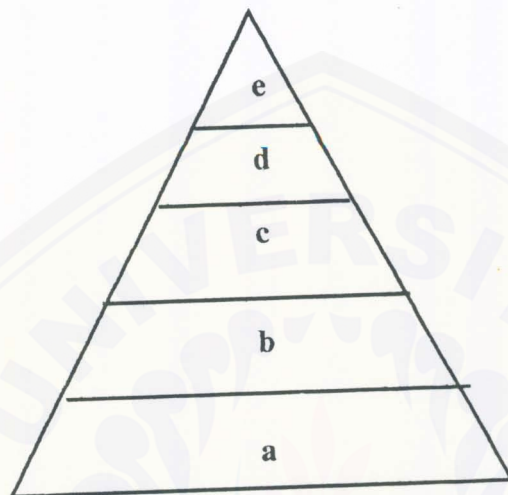
d. Kebutuhan penghargaan

Kebutuhan akan harga diri, prestise, reputasi, dan status

e. Kebutuhan aktualisasi diri

Kebutuhan akan pengembangan dan perwujudan diri

Orang memusatkan perhatian pada usaha memenuhi kebutuhan yang terpenting baginya. Kemudian orang itu akan meningkatkan pada kebutuhan yang lebih tinggi. Jika satu kebutuhan telah terpenuhi, daya pemotivasinya akan lenyap dan orang itu bergerak untuk memenuhi kebutuhan paling penting berikutnya.



Gambar 2.1 Jenjang Kebutuhan Manusia menurut Maslow (dalam Kotler,1994:247)

Keterangan gambar:

- a. kebutuhan fisiologis
- b. kebutuhan keselamatan
- c. kebutuhan sosial
- d. kebutuhan untuk dihargai
- e. kebutuhan aktualisasi diri

2.6 Chi Kuadrat Test

Pengujian yang paling luas digunakan dalam uji nonparametrik adalah uji Chi Kuadrat. Uji ini khususnya berguna dalam uji yang melibatkan data nominal, tetapi juga dapat digunakan untuk skala pengukuran yang lebih tinggi. Uji ini khususnya digunakan untuk masalah yang menyangkut manusia, kejadian, atau objek yang dikelompokkan dalam dua kategori atau lebih (Cooper dan Emory, 1999:74). Menurut Kerlinger (dalam Singarimbun dan Effendi, 1989:287) untuk interpretasi data nominal dari tabel sebaiknya dihitung dengan chi kuadrat, koefisien kontingensi (atau statistik lainnya) dan juga persentase dalam tabel.

Chi Kuadrat mempunyai beberapa kegunaan diantaranya adalah (Barrow, 1997:19):

- Untuk menghitung interval keyakinan peramalan dari variasi populasi.
- Untuk membandingkan pengamatan sebenarnya pada variabel dengan nilai yang diharapkan (teoritis).
- Untuk menguji hubungan antara dua variabel pada tabel kontingensi.

Untuk mencari Chi Kuadrat maka perlu dihitung terlebih dahulu frekuensi yang diharapkan (*Expected Frekuensi*) dengan rumus (Purwadi, 2000: 182)

$$E_{ij} = \frac{n_i \times n_j}{n}$$

dimana :

E_{ij} = Expected Frekuensi pada baris ke-i dan kolom ke-j

n_i = Jumlah sampel pada baris ke-i

n_j = jumlah sampel pada kolom ke- j

n = jumlah sampel

Setelah mendapat frekuensi yang diharapkan, maka Chi Kuadrat dapat dihitung dengan rumus (Nasir, 1999:481):

$$X^2 = \sum_i \sum_j \frac{(C_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}}$$

dimana :

C_{ij} = frekuensi pengamatan baris ke-i dan kolom ke-j

E_{ij} = frekuensi diharapkan baris ke-i dan kolom ke-j

X^2 = nilai dari Chi Square Test

Untuk mengetahui apakah hasil yang diperoleh adalah signifikan, terlebih dahulu dihitung derajat kebebasan (*degrees of freedom*). Derajat kebebasan dihitung dari jumlah kolom minus satu dikalikan baris minus satu atau $df = (r - 1) (k - 1)$ (Singarimbun dan Effendi, 1989:284). Derajat kebebasan sebuah angka yang dihitung berdasarkan jumlah sel dalam suatu tabel persentase, dengan derajat kebebasan kita dapat memiliki distribusi penyampelan yang benar dari suatu populasi perbandingan untuk penggunaan dalam inferensi statistik (Walizer dan Wienir, 1987:162). Suatu hubungan dinyatakan signifikan jika X^2 yang diperoleh sama atau melebihi angka yang terdapat dalam tabel distribusi X^2 untuk derajat kebebasan (df) yang bersangkutan. Biasanya tingkat signifikansi yang dipilih adalah 0,05 atau 0,01. (Singarimbun dan Effendi, 1989:286).

Menurut Garson (dalam Singarimbun dan Effendi, 1989:287-288), ada beberapa syarat yang perlu diperhatikan jika peneliti ingin menghitung Chi Kuadrat, yaitu:

- a. Tidak boleh dipakai untuk sampel yang kurang dari 20
- b. Frekuensi teoritis minimum harus 5 dalam setiap kotak tabel 2x2 (dua kolom dua baris). Untuk tabel yang lebih besar dari 80% harus 5 atau lebih (ini berarti sebelum X^2 dihitung perlu terlebih dahulu diperiksa frekuensi teoritis pada setiap kotak dalam tabel. Jika syarat- syarat ini tidak dipenuhi, beberapa kolom/ baris perlu digabung).
- c. Suatu kotak tidak boleh mempunyai frekuensi kurang dari 1.

2.7 Koefisien Kontingensi (C)

Koefisien kontingensi (C) adalah satu ukuran kadar asosiasi atau relasi antara dua himpunan atribut. Ukuran ini berguna khususnya apabila kita mempunyai informasi kategori (skala nominal) mengenai satu diantara himpunan-himpunan atribut atau kedua himpunan atribut tersebut (Siegel, 1997:243). Keunggulan utama koefisien kontingensi adalah kemampuannya mengakomodasikan data pada hampir setiap bentuk: menceng atau normal, diskret atau kontinyu, dan nominal atau ordinal (Cooper dan Emory, 1999:128).

Rumus koefisien kontingensi adalah (Purwadi, 2000 : 184):

$$C = \sqrt{\frac{X^2}{n + X^2}}$$

dimana :

C = koefisien kontingensi

n = jumlah sampel

X^2 = chi kuadrat test

Besarnya C antara 0-1, semakin besar nilai C maka semakin kuat hubungannya, dengan kriteria sebagai berikut:

- a. 0-0,25 = pola hubungan lemah
- b. 0,26-0,50 = pola hubungan kurang kuat
- c. 0,51-0,75 = pola hubungan kuat
- d. 0,76-1,00 = pola hubungan sangat kuat

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode survei yaitu pengumpulan data dengan cara menyebarkan kuisioner terhadap responden yang telah dipilih. Berdasar data yang telah ada, diharapkan dapat diperoleh gambaran tentang karakteristik konsumen, ada atau tidaknya hubungan antara karakteristik konsumen dengan multiatribut jasa tempat persewaan internet dan skala prioritas multiatribut jasa tempat persewaan internet.

3.2 Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi dari penelitian ini adalah seluruh konsumen pengguna tempat persewaan internet di Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember.

b. Sampel

Penarikan sampel pada penelitian ini dengan *quota sampling*, yaitu dengan cara memberi jatah pada tempat persewaan internet yang telah dipilih dengan penetapan jatah sebanyak 30 orang tiap tempat persewaan internet dengan total jumlah sampel yang diambil adalah 150 sampel. Pemilihan responden dilakukan dengan cara memberikan kuisioner pada responden yang menggunakan internet pada saat peneliti berada di tempat persewaan internet yang bersangkutan. Tempat persewaan internet yang dipilih adalah :

1. Warna
2. Mega
3. Bintang Internet
4. iCon
5. Smile

3.3 Metode Pengumpulan Data.

Data yang digunakan pada penelitian ini berasal dari data primer dan data sekunder. Data sekunder diperlukan untuk mengetahui gambaran tentang daerah penelitian dan diperoleh dari instansi yang menyediakannya (kantor Kecamatan Sumbersari dan Biro Pusat Statistik Kabupaten Jember). Data primer diperoleh dengan cara sebagai berikut:

a. Metode kuisisioner

yaitu metode pengumpulan data dengan cara memberikan daftar pertanyaan pada responden .

b. Metode observasi

yaitu metode pengumpulan data dengan cara mengadakan pengamatan secara langsung terhadap berbagai kondisi tempat persewaan internet .

c. Studi Literatur

yaitu mencari teks referensi dengan cara membaca berbagai buku yang berkaitan dengan objek penelitian.

3.4 Definisi Variabel Operasional dan Pengukurannya

Variabel-variabel yang diteliti pada penelitian ini adalah karakteristik konsumen (jenis kelamin, usia, pekerjaan, pendidikan terakhir, dan penghasilan perbulan) dan multiatribut jasa tempat persewaan internet (harga sewa, keandalan komputer, fasilitas ruangan, pelayanan pengelola, lokasi, bonus/diskon, dan keamanan penitipan barang/kendaraan). Variabel-variabel ini akan diuji apakah independen atau tidak dengan pengujian independensi (*test of independency*). Pengujian independensi ini tidak dapat menyatakan arah dependensinya (apabila hasilnya menunjukkan adanya dependensi) antara variabel-variabel yang diuji (Dajan, 1994:285).

a. Karakteristik konsumen adalah ciri-ciri yang membedakan antara konsumen satu dengan yang lainnya. Karakteristik konsumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Jenis kelamin

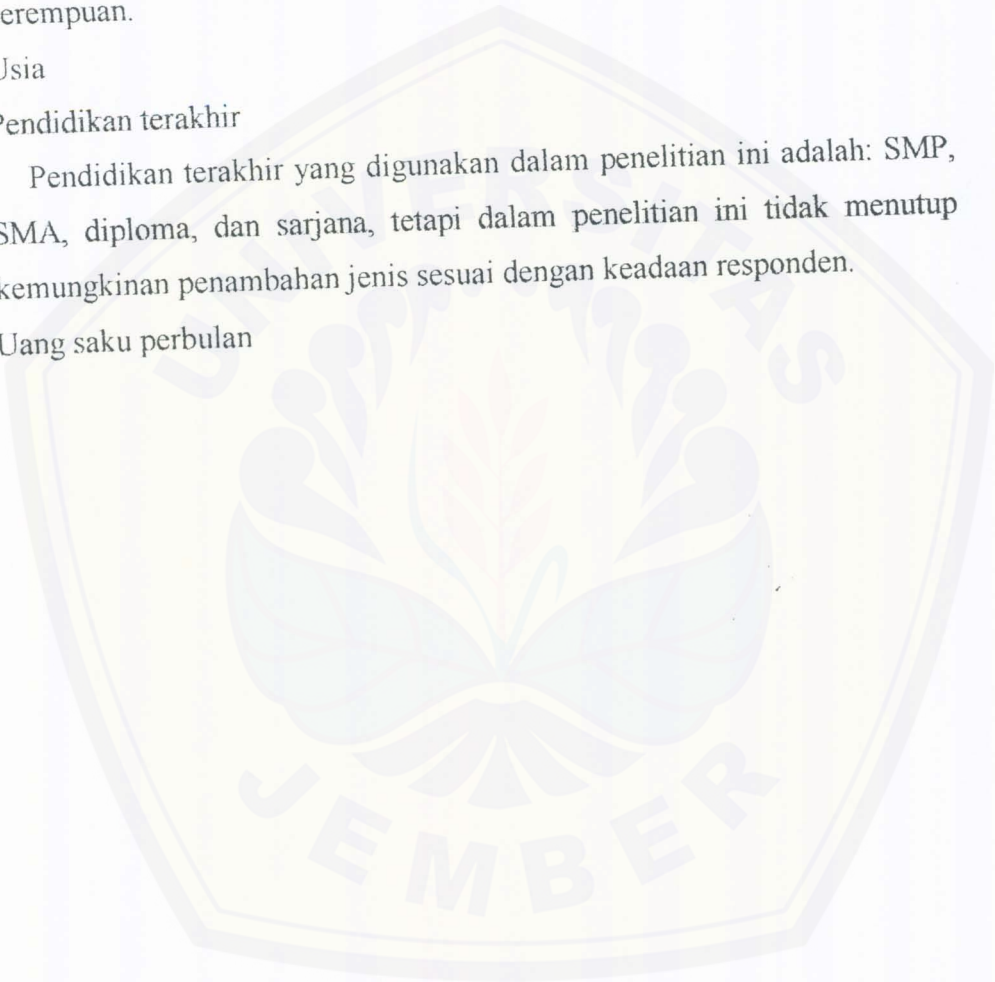
Jenis kelamin ini dibedakan dalam dua kategori yaitu laki-laki dan perempuan.

2. Usia

3. Pendidikan terakhir

Pendidikan terakhir yang digunakan dalam penelitian ini adalah: SMP, SMA, diploma, dan sarjana, tetapi dalam penelitian ini tidak menutup kemungkinan penambahan jenis sesuai dengan keadaan responden.

4. Uang saku perbulan



b. Multiatribut jasa tempat persewaan internet adalah berbagai jasa yang dapat dinikmati/ diperoleh konsumen ketika menggunakan tempat persewaan internet. Dalam penelitian ini multiatribut jasa tempat persewaan internet adalah:

1. Harga Sewa

adalah biaya yang dikenakan kepada pengguna internet dalam jangka waktu yang telah ditentukan (biasanya perjam).

2. Keandalan komputer

adalah berbagai fasilitas dan kemampuan yang dimiliki komputer (seperti kecepatan akses, adanya *earphone*, fasilitas *download*, dan lainnya).

3. Fasilitas ruangan

adalah berbagai macam kelegkapan yang ada dalam ruangan tempat persewaan internet (tersedianya WC, menggunakan AC, tersedianya makanan dan minuman ringan, dan *privacy*).

4. Pelayanan pengelola

adalah tindakan yang dilakukan oleh pengelola dalam melayani konsumennya.

5. Lokasi

adalah tempat persewaan internet tersebut didirikan/ berada serta jarak dari tempat persewaan internet ke tempat tinggal responden.

6. Bonus/ diskon

adalah pemberian barang atau jasa bila konsumen menggunakan internet melebihi waktu yang telah ditentukan.

7. Keamanan penitipan kendaraan/ barang

adalah adanya rasa aman/ tidak khawatir dalam meletakkan kendaraan/ barang dalam lingkungan tempat persewaan internet.

3.5 Metode Analisis Data

a. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif ini digunakan untuk mengetahui karakteristik konsumen tempat persewaan internet. Karakteristik tersebut antara lain:

1. Jenis kelamin
2. Usia
3. Tingkat pendidikan terakhir
4. Uang saku perbulan

Dari data yang didapat, maka dapat ditabulasikan dengan :

Tabel 3.1 Karakteristik Konsumen

Variabel karakteristik	Frekuensi	Prosentase
Variabel 1	**	**
Variabel 2	**	**
Variabel 3	**	**
Variabel ke-n	**	**
Jumlah	***	***

Sumber: Nasir, 1999: 447

b. Analisis Kebutuhan

Analisis kebutuhan ini untuk mengetahui berbagai kebutuhan konsumen tempat persewaan internet. Multiatribut jasa tempat persewaan internet yang diteliti sebagai berikut :

1. Harga sewa
2. Keandalan komputer
3. Kenyamanan/fasilitas ruangan
4. Pelayanan pengelola
5. Lokasi
6. Bonus/diskon
7. Keamanan penitipan barang/kendaraan

Dari data yang diperoleh akan dapat dibuat skala prioritas sehingga mampu menunjukkan atribut yang dianggap sangat penting sampai atribut yang dianggap kurang penting. Lalu dapat dibuat format sebagai berikut:

Tabel 3.2 Skala Prioritas Multiatribut Jasa Tempat Persewaan Internet

Skor	7	6	...	2	1	Total	Prioritas
Tujuan	1	2	...	6	7		
Atribut 1		Y _n					
		X _n					
Atribut 2							
:							
Atribut N							

Sumber: Azwar, 1998:95

keterangan :

Y_n = Jumlah konsumen yang memilih atribut n

X_n = Y_n × skor

c. Analisis untuk mengetahui hubungan antara karakteristik konsumen dengan multi atribut jasa tempat persewaan internet

1. Chi Kuadrat Test

Berdasarkan data yang telah terkumpul, maka dapat diuji apakah ada hubungan yang signifikan antara karakteristik konsumen dengan multiatribut jasa yang ditawarkan oleh tempat persewaan internet . Pasangan yang diuji dapat ditampilkan dengan bentuk tabel kontingensi sebagai berikut :

Tabel 3.3 Tabel Kontingensi

Jasa Atribut	Karakteristik Konsumen						Jumlah
	1	2	J	k	
1	C ₁₁	C ₁₂	C _{1j}	C _{1k}	
2	C ₂₁	C ₂₂	C _{2j}	C _{2k}	
.....	
I	C _{i1}	C _{i2}	C _{ij}	C _{ik}	
...	
R	C _{r1}	C _{r2}	...	C _{rj}	...	C _{rk}	
Jumlah							

Sumber: Nasir, 1999: 480

Tabel kontingensi adalah tabel hubungan antara r dan k , dimana r adalah jumlah baris dan k adalah jumlah kolom., yang secara keseluruhan ini adalah matrik C yang besarnya r x k. C₂₃ adalah unsur dari matrik C pada baris ke-2 dan kolom ke-3 (Nasir, 1999: 479)

1. Data yang telah ada akan dibandingkan dengan frekuensi yang diharapkan (*Expected Frequency*). Untuk mendapatkan frekuensi yang diharapkan tiap sel digunakan rumus (Purwadi, 2000: 182):

$$E_{ij} = \frac{n_i \cdot n_j}{n}$$

dimana :

E_{ij} = Expected frequency pada baris ke-i dan kolom ke-j

n_i = Jumlah sampel pada baris ke-i

n_j = jumlah sampel pada kolom ke- j

n = jumlah sampel

2. Menggunakan kriteria uji dengan rumus Chi Kuadrat Test (Nasir, 1999: 481)

$$X^2 = \sum_i \sum_j \frac{(C_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}}$$

dimana:

C_{ij} = frekuensi pengamatan baris ke-i dan kolom ke-j

E_{ij} = frekuensi diharapkan baris ke-i dan kolom ke-j

X^2 = nilai dari Chi Kuadrat Test

3. Untuk mengetahui tingkat kepercayaan, digunakan derajat kebebasan bagi Chi Kuadrat Test $df = (r-1)(k-1)$, yaitu (Nasir, 1999: 481):

$$X_{\alpha}^2, df = (r-1)(k-1)$$

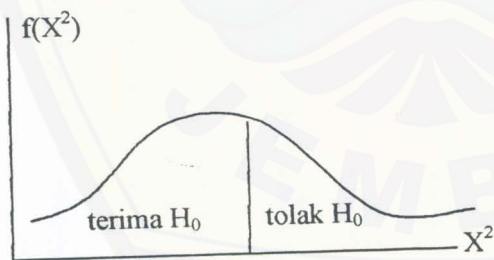
Tolak H_0 , terima H_a jika :

$$X^2 \geq X_{\alpha}^2, df = (r-1)(k-1)$$

Terima H_0 , tolak H_a jika

$$X^2 \leq X_{\alpha}^2, df = (r-1)(k-1)$$

4. Menentukan daerah penerimaan/penolakan H_0



d. Koefisien Kontingensi (C)

Untuk mengetahui derajat hubungan yang terjadi dari faktor- faktor yang dianalisis, maka digunakan rumus koefisien kontingensi (Purwadi, 2000:184), yaitu:

$$C = \sqrt{\frac{X^2}{n + X^2}}$$

dimana :

C = koefisien kontingensi

n = jumlah sampel

X^2 = chi kuadrat test

Besarnya C antara 0-1, semakin besar nilai C maka semakin kuat hubungannya, dengan kriteria sebagai berikut:

- a. 0-0,25 = pola hubungan lemah
- b. 0,26-0,50 = pola hubungan kurang kuat
- c. 0,51-0,75 = pola hubungan kuat
- d. 0,76-1,00 = pola hubungan sangat kuat

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Tempat Persewaan Internet

4.1.1 Warna

Warna internet berada di jalan Jawa nomor 62 Jember. Dalam warna internet, modal berasal dari 4 orang pemodal yang juga bertindak sebagai pemilik. Operator yang digunakan diambil dari 3 orang pemodal yang mempunyai prosentase modal lebih kecil. Pengambilan operator dari kalangan pemodal tersebut dengan pertimbangan untuk memperkecil pengeluaran. Dalam warna, bendaharanya adalah operator yang bertugas pada waktu itu dengan jenis pelaporan harian (melaporkan berapa uang yang masuk selama satu hari kerja). Komputer yang digunakan pada warna ada 10 unit jenis Pentium 233 MMX dengan fasilitas *download* dan multimedia. Pihak pengelola Warna juga bersedia mengadakan pelatihan internet singkat secara kolektif bagi yang memerlukannya. Harga sewa perjam yang ditetapkan sebesar Rp.4000.

4.1.2 Mega

Tempat persewaan internet Mega berada di jalan Jawa nomor 44 Jember. Mega Internet dimodali oleh 1 orang pemodal yang juga bertindak sebagai pemilik. Operator yang bertugas di Mega internet 2 orang. Penggunaan operator dari pihak bukan pemodal diharapkan dapat memperlancar pelayanan bagi konsumen. Operator juga bertindak sebagai bendahara yang akan melaporkan hasilnya pada pemilik setiap hari. Komputer yang digunakan 6 unit jenis Pentium 233 MMX dengan fasilitas *download*. Harga sewa perjam yang ditetapkan dibagi menjadi 2 yaitu pada jam 05.00 sampaidengan 20.00 WIB adalah Rp.4000 dan pada jam 20.00 sampaidengan 05.00 WIB adalah Rp.3000.

4.1.3 Bintang Internet

Bintang Internet berada di jalan Jawa nomor 22 Jember. Bintang Interent dimodali oleh 2 orang pemodal yang juga bertindak sebagai pemilik. Terdapat 2 operator yang bertugas melayani konsumen. Operator ini juga bertindak sebagai bendahara yang akan melaporkan pemasukan uang secara harian kepada pihak pemilik. Bintang internet juga memperkerjakan 1 orang yang bertugas untuk menjaga kendaraan konsumen. Penjaga kendaraan ini sangat dibutuhkan karena tempat parkir Bintang Internet berada di tempat terbuka. Komputer yang digunakan sebanyak 10 unit jenis Pentium 233 MMX dengan fasilitas *download*. Harga sewa perjam yang ditetapkan pada Bintang Internet adalah Rp. 3500.

4.1.4 iCon (Internet Connecting)

iCon berada di jalan Kalimantan nomor 69 Jember. ICon dimodali oleh 1 orang pemodal yang juga bertindak sebagai pemilik. Terdapat 2 orang operator yang bertugas melayani konsumen. Operator juga bertugas menerima uang dan melaporkan pemasukan secara harian terhadap pemilik. Terdapat 10 unit komputer jenis Pentium 223 MMX yang digunakan pada iCon dengan fasilitas *download*. Pihak iCon juga menerima pembuatan *home page* bagi yang memerlukannya. Harga sewa perjam yang ditetapkan adalah Rp. 4000.

4.1.5 Smile

Smile internet berada di jalan Kalimantan nomor 64 Jember. Smile dimodali oleh 2 orang pemodal yang juga bertindak sebagai pemilik, operator, dan bendahara harian. Komputer yang digunakan adalah jenis Pentium 223 MMX dengan fasilitas *download*. Pihak pengelola Smile Internet juga mengadakan pelatihan pembuatan *home page* dan menerima pemesanan *homepage* bagi yang memerlukannya. Harga sewa perjam yang ditetapkan sebesar Rp.4000.

4.2 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui karakteristik konsumen tempat persewaan internet. Karakteristik konsumen yang dalam penelitian ini terbagi menjadi :

- Jenis kelamin
- Usia
- Pendidikan terakhir
- Uang saku perbulan

4.2.1 Jenis Kelamin Konsumen Tempat Persewaan Internet di Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember

Jenis kelamin responden dalam penelitian ini terbagi menjadi laki-laki dan perempuan yang dapat diperlihatkan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden Tempat Persewaan Internet di Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember

Jenis kelamin	Frekuensi	Prosentase
Laki-laki	74	74
Perempuan	26	26
Jumlah	100	100

Sumber: Data kuisioner diolah, 2001

Dari tabel, dapat disimpulkan bahwa konsumen laki-laki dengan prosentase 74% lebih banyak daripada konsumen perempuan dengan prosentase 26%.

4.2.2 Usia Konsumen Tempat Persewaan Internet di Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember

Usia responden untuk penelitian ini dapat diperlihatkan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

Tabel 4.2 Usia Konsumen Tempat Persewaan Internet di Kecamatan Summersari Kabupaten Jember

Usia	Frekuensi	Prosentase
20 tahun	19	19
21 tahun	33	33
22 tahun	28	28
23 tahun	10	10
24 tahun	10	10
Jumlah	100	100

Sumber: Data kuisisioner diolah, 2001

Dari tabel, dapat disimpulkan bahwa usia konsumen dari yang terbesar sampai terkecil adalah usia 21 tahun dengan prosentase 33%, usia 22 tahun dengan prosentase 28%, usia 20 tahun dengan prosentase 19%, dan yang terkecil adalah usia 23 dan 24 tahun masing-masing dengan prosentase 10%.

4.2.3 Pendidikan Terakhir Konsumen Tempat Persewaan Internet di Kecamatan Summersari Kabupaten Jember

Pendidikan terakhir konsumen tempat persewaan internet yang digunakan dalam penelitian ini terbagi menjadi SMP, SMA, diploma, dan sarjana yang dapat ditampilkan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

Tabel 4.3 Pendidikan Terakhir Konsumen Tempat Persewaan Internet di Kecamatan Summersari Kabupaten Jember

Pendidikan terakhir	Frekuensi	Prosentase
SMP	0	0
SMA	95	95
Diploma	5	5
Sarjana	0	0
Jumlah	100	100

Sumber: Data kuisisioner diolah, 2001

Dari tabel, dapat disimpulkan pendidikan terakhir konsumen tempat persewaan internet adalah SMA dengan prosentase 95%, diploma dengan prosentase 5%, sedangkan SMP dan Sarjana tidak ada.

4.2.4 Uang Saku Perbulan Konsumen Tempat Persewaan Internet di Kecamatan Sumpalsari Kabupaten Jember

Uang saku perbulan dalam penelitian ini dapat ditampilkan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

Tabel 4.4 Uang Saku Perbulan Konsumen Tempat Persewaan Internet di Kecamatan Sumpalsari Kabupaten Jember

Uang saku perbulan	Frekuensi	Prosentase
Rp.250.000	30	30
Rp.300.000	35	35
Rp.350.000	24	24
Rp.400.000	3	3
Rp.450.000	3	3
Rp.500.000	5	5
Jumlah	100	100

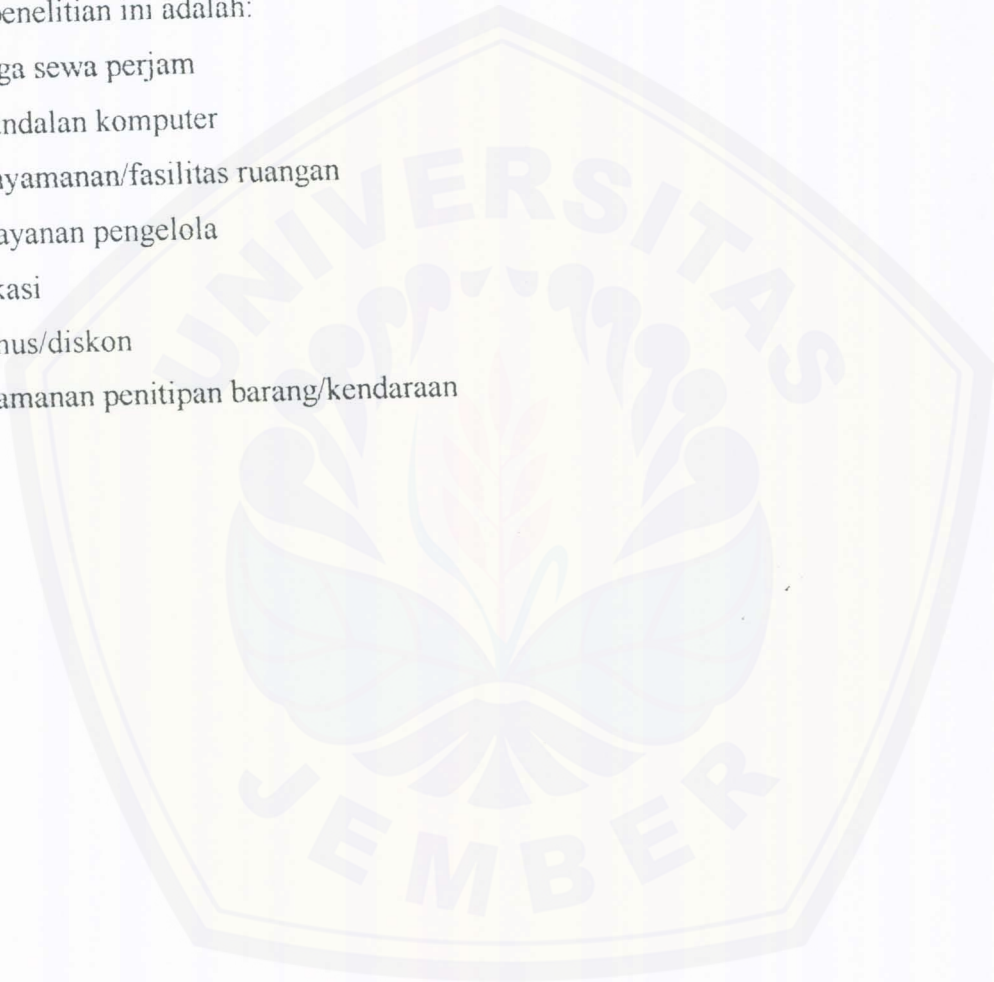
Sumber: Data kuisisioner diolah, 2001

Dari tabel, dapat dilihat bahwa uang saku perbulan dari yang terbanyak sampai terkecil adalah Rp.300.000 dengan prosentase 35%, Rp.250.000 dengan prosentase 30%, Rp.350.000 dengan prosentase 24%, Rp.500.00 dengan prosentase 5%, Rp.450.000 dengan prosentase 3%, dan Rp.450.00 dengan prosentase 3%.

4.3 Analisis Kebutuhan

Analisis kebutuhan digunakan untuk mengetahui berbagai kebutuhan konsumen yang pada akhirnya dapat disusun suatu skala prioritas multiatribut jasa tempat persewaan internet (suatu urutan atribut dari yang paling penting sampai kurang penting). Multiatribut jasa tempat persewaan internet yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- a. Harga sewa perjam
- b. Keandalan komputer
- c. Kenyamanan/fasilitas ruangan
- d. Pelayanan pengelola
- e. Lokasi
- f. Bonus/diskon
- g. Keamanan penitipan barang/kendaraan



Untuk mengetahui skala prioritas dari multiatribut jasa tempat persewaan internet dapat diperlihatkan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

Tabel 4.5 Skala Prioritas Multiatribut Jasa Tempat Persewaan Internet di Kecamatan Sumpalsari Kabupaten Jember

Skor Atribut	7	6	5	4	3	2	1	Total	Prioritas
Prioritas	1	2	3	4	5	6	7		
Harga sewa per jam	22	10	10	20	7	17	13	100	III
	154	60	50	80	21	34	13	412	
Keandalan komputer	35	25	31	5	4	0	0	100	I
	245	150	155	20	12	0	0	582	
Fasilitas ruangan	18	23	22	25	5	4	3	100	II
	126	138	110	100	15	8	3	500	
Pelayanan pengelola	8	15	21	13	20	12	11	100	IV
	56	90	105	52	60	24	11	398	
Lokasi	3	4	1	11	22	31	28	100	VII
	21	24	5	44	66	62	28	250	
Bonus/diskon	2	13	8	10	20	19	28	100	VI
	14	81	40	40	60	36	28	299	
Keamanan kend/barang	12	10	5	16	22	14	21	100	V
	84	60	20	64	66	28	21	343	

Sumber: Data kuisisioner diolah, 2001

Dari perhitungan tabel skala prioritas dapat dilihat atribut yang memiliki nilai tertinggi sampai nilai terendah dan atribut yang menjadi prioritas pertama sampai yang menjadi prioritas terakhir. Hasil perhitungan tabel diatas dapat dipresentasikan sebagai berikut:

a. Prioritas pertama: Keandalan komputer

Keandalan komputer yang dimaksudkan adalah termasuk kecepatan komputer tersebut dalam berhubungan dengan alamat yang dituju (*access*), tidak mudah terputus hubungan dengan alamat yang sedang dituju (*hang*), adanya fasilitas dalam komputer yang mendukung pengguna untuk *surfing* (digunakannya *earphone*, fasilitas *download*), dan *harddisk* yang dapat digunakan dengan baik.

b. Prioritas kedua: Fasilitas ruangan

Fasilitas ruangan tempat persewaan internet juga mempengaruhi konsumen dalam memilih tempat persewaan internet. Ruangan yang memenuhi standar kenyamanan akan lebih menarik konsumen untuk menggunakan tempat persewaan tersebut. Fasilitas ruangan yang dimaksud dapat berupa digunakannya AC (*air conditioning*) sehingga ruangan menjadi sejuk atau adanya ventilasi yang mencukupi sehingga terdapat pertukaran udara dan udara menjadi tidak panas/lembab, tersedianya kamar kecil, dan bial memungkinkan disediakannya makanan/minuman ringan dalam ruangan tersebut.

c. Prioritas ketiga: Harga sewa perjam

Harga sewa perjam oleh konsumen dipilih sebagai atribut prioritas ketiga untuk diperhatikan ketika konsumen tersebut memutuskan tempat mana yang akan digunakan untuk menikmati jasa internet. Harga yang bervariasi antara tempat persewaan internet satu dengan yang lainnya ternyata dicermati oleh konsumen sebelum memutuskan akan menggunakan/memilih tempat persewaan internet.

d. Prioritas keempat: Pelayanan pengelola

Pelayanan pengelola yang dimaksudkan adalah keramahan pengelola tempat persewaan internet dalam melayani konsumen. Konsumen yang menggunakan tempat persewaan internet akan merasa tidak nyaman dan kurang dihargai bila pengelola menunjukkan sikap yang kurang ramah terhadap konsumen. Didalam pelayanan pengelola ini juga termasuk adanya bantuan dari pengelola bila konsumen menghadapi kesulitan.

e. Prioritas kelima: Keamanan penitipan barang/kendaraan

Dalam hal keamanan ini konsumen yang datang ke tempat persewaan internet dengan menggunakan kendaraan akan mempertimbangkan adanya suatu jaminan keamanan bagi kendaraannya selama ia menggunakan jasa tempat persewaan internet yang bersangkutan. Rasa aman diperlukan konsumen sehingga konsumen tidak merasa khawatir meninggalkan kendaraannya atau barangnya di tempat yang telah disediakan pihak pengelola.

f. Prioritas keenam: Bonus/diskon

Bonus/diskon yang diberikan oleh pengelola menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih tempat persewaan internet yang akan digunakan. Diskon yang biasanya diberikan adalah pengurangan harga bila konsumen menggunakan jasa melebihi waktu yang telah ditentukan. Bonus adalah adanya pemberian berupa barang/jasa lain (biasanya dengan pemberian minuman ringan) pada konsumen bila menggunakan jasa melebihi waktu yang telah ditentukan. Pemberian bonus/diskon ini akan menarik konsumen karena konsumen merasa harga yang ia bayarkan menjadi sedikit berkurang dengan diterimanya bonus/diskon dari pengelola.

g. Prioritas ketujuh: Lokasi

Lokasi tempat persewaan internet yang mudah dicapai dan berada pada tempat yang strategis akan mempengaruhi pilihan konsumen dalam menggunakan tempat persewaan internet. Lokasi yang mudah dicapai ini biasanya oleh konsumen dihubungkan dengan kedekatan tempat persewaan internet yang bersangkutan dengan tempat tinggal konsumen.

4.4 Uji Independensi

Uji independensi ini dimaksudkan untuk mengetahui ada atau tidak hubungan antara karakteristik konsumen dengan multiatribut jasa tempat persewaan internet.

4.4.1 Uji Independensi antara Jenis Kelamin Konsumen dengan Multiatribut Jasa Tempat Persewaan Internet

Sebelum dilakukan uji independensi, dilakukan penghitungan terlebih dahulu jumlah frekuensi masing-masing karakteristik konsumen dan urutan skala prioritas multiatribut jasa tempat persewaan internet yang dapat ditampilkan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

Tabel 4.6 Uji Independensi antara Jenis Kelamin Konsumen dengan Multiatribut Jasa Tempat Persewaan Internet

No	Atribut Jasa	Jenis Kelamin		Total
		Laki-laki	Perempuan	
1	Harga sewa perjam	14	8	22
2	Keandalan komputer	30	5	35
3	Fasilitas ruangan	15	3	18
4	Pelayanan pengelola	3	5	8
5	Lokasi	2	1	3
6	Bonus/diskon	1	1	2
7	Keamanan kend/barang	9	3	12
Jumlah		74	26	100

Sumber: Data kuisisioner diolah, 2001

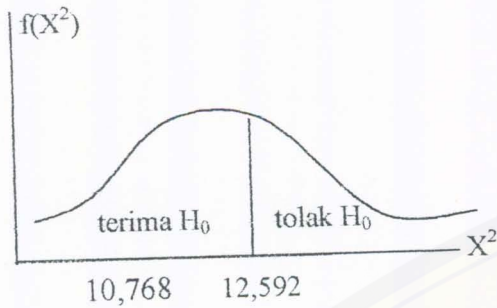
Setelah mengetahui hasil tabulasi diatas, maka diajukan suatu hipotesis:

H_0 = Tidak ada hubungan antara jenis kelamin konsumen dengan multiatribut jasa tempat persewaan internet

H_a – Ada hubungan antara jenis kelamin konsumen dengan multiatribut jasa tempat persewaan internet

Dari hasil perhitungan (lampiran 1), diperoleh nilai X^2 hitung = 10,768 dengan $df = 6$ dan $\alpha = 5\%$ dan dari tabel distribusi chi kuadrat nilai X^2 tabel = 12,592, maka nilai X^2 hitung lebih kecil dari X^2 tabel. Kesimpulan yang dapat diambil adalah bahwa H_0 kita terima yang berarti tidak ada hubungan antara jenis kelamin konsumen dengan multiatribut jasa tempat persewaan internet.

Dari data diatas, dapat digambar daerah penerimaan dan penolakan chi kuadrat test sebagai berikut:



Gambar 4.1 Daerah Penerimaan/Penolakan H_0 Untuk Uji Independensi antara Jenis Kelamin Konsumen dengan Multiatribut Jasa Tempat Persewaan Internet

Dari gambar diatas dapat dilihat bahwa nilai X^2 hitung berada pada daerah penerimaan H_0 , hal ini berarti H_0 kita terima sehingga tidak ada hubungan antara jenis kelamin konsumen dengan multiatribut jasa tempat persewaan internet.

4.4.2 Uji Independensi antara Usia Konsumen dengan Multiatribut Jasa Tempat Persewaan Internet

Sesuai dengan keterangan diatas maka kita dapat menyusun tabel sebagai berikut:

Tabel 4.7 Uji Independensi antara Usia Konsumen dengan Multiatribut Jasa Tempat Persewaan Internet

No	Atribut Jasa	Usia					Total
		20	21	22	23	24	
1	Harga sewa perjam	4	7	5	3	3	22
2	Keandalan komputer	6	12	9	4	4	35
3	Fasilitas ruangan	4	5	5	2	2	18
4	Pelayanan pengelola	1	2	5	0	0	8
5	Lokasi	0	2	1	0	0	3
6	Bonus/diskon	1	0	1	0	0	2
7	Keamanan kend/barang	3	5	2	1	1	12
Jumlah		19	33	28	10	10	100

Sumber: Data kuisioner diolah, 2001

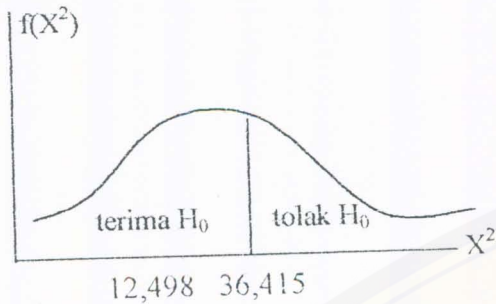
Setelah mengetahui hasil tabulasi diatas, maka diajukan suatu hipotesis:

H_0 – Tidak ada hubungan antara usia konsumen dengan multiatribut jasa tempat persewaan internet

H_a – Ada hubungan antara usia konsumen dengan multiatribut jasa tempat persewaan internet

Dari hasil perhitungan (lampiran 2), diperoleh nilai X^2 hitung = 12,498 dengan $df = 24$ dan $\alpha = 5\%$ dan dari tabel distribusi chi kuadrat nilai X^2 tabel = 36,415, maka nilai X^2 hitung lebih kecil dari X^2 tabel. Kesimpulan yang dapat diambil adalah H_0 kita terima berarti tidak ada hubungan antara usia konsumen dengan multiatribut jasa tempat persewaan internet.

Dari data diatas, dapat digambar daerah penerimaan dan penolakan chi kuadrat test sebagai berikut:



Gambar 4.2 Daerah Penerimaan/Penolakan H_0 Untuk Uji Independensi antara Usia Konsumen dengan Multiatribut Jasa Tempat Persewaan Internet

Dari gambar diatas dapat dilihat bahwa nilai X^2 hitung berada pada daerah penerimaan H_0 , hal ini berarti H_0 kita terima sehingga tidak ada hubungan antara usia konsumen dengan multiatribut jasa tempat persewaan internet.

4.4.3 Uji Independensi antara Pendidikan Terakhir Konsumen dengan Multiatribut Jasa Tempat Persewaan Internet

Sesuai dengan keterangan diatas maka kita dapat menyusun tabel sebagai

berikut:

Tabel 4.8 Uji Independensi antara Pendidikan Terakhir Konsumen dengan Multiatribut Jasa Tempat Persewaan Internet

No	Atribut Jasa	Pendidikan Terakhir		Total
		SMA	Diploma	
1	Harga sewa perjam	21	1	22
2	Keandalan komputer	32	3	35
3	Fasilitas ruangan	17	1	18
4	Pelayanan pengelola	8	0	8
5	Lokasi	3	0	3
6	Bonus/diskon	2	0	2
7	Keamanan kend/barang	12	0	12
Jumlah		95	5	100

Sumber: Data kuisioner diolah, 2001

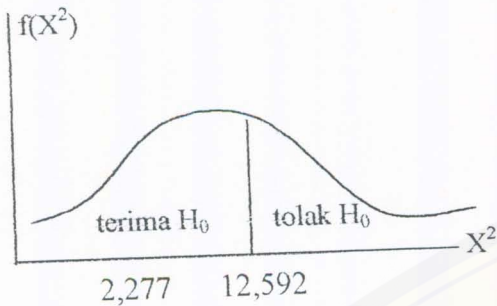
Setelah mengetahui hasil tabulasi diatas, maka diajukan suatu hipotesis:

H_0 = Tidak ada hubungan antara tingkat pendidikan terakhir konsumen dengan multiatribut jasa tempat persewaan internet

H_a = Ada hubungan antara tingkat pendidikan terakhir konsumen dengan multiatribut jasa tempat persewaan internet

Dari hasil perhitungan (lampiran 3) dapat diperoleh nilai X^2 hitung = 2,277 dengan $df = 6$ dan $\alpha = 5\%$ dan dari tabel distribusi chi kuadrat nilai X^2 tabel = 12,592, maka nilai X^2 hitung lebih kecil dari X^2 tabel. Kesimpulan yang dapat diambil adalah H_0 kita terima yang berarti tidak ada hubungan antara tingkat pendidikan terakhir konsumen dengan multiatribut jasa tempat persewaan internet.

Dari data diatas, dapat digambar daerah penerimaan dan penolakan chi kuadrat test sebagai berikut:



Gambar 4.3 Daerah Penerimaan/Penolakan H_0 Untuk Uji Independensi antara Pendidikan Terakhir Konsumen dengan Multiatribut Jasa Tempat Persewaan Internet

Dari gambar diatas dapat dilihat bahwa nilai X^2 hitung berada pada daerah penerimaan H_0 , hal ini berarti H_0 kita terima sehingga tidak ada hubungan antara tingkat pendidikan terakhir konsumen dengan multiatribut jasa tempat persewaan internet.

4.4.4 Uji Independensi antara Uang Saku Perbulan Konsumen dengan Multiatribut Jasa Tempat Persewaan Internet

Sesuai dengan keterangan diatas maka kita dapat menyusun tabel sebagai berikut:

Tabel 4.9 Uji Independensi antara Uang Saku Perbulan Konsumen dengan Multiatribut Jasa Tempat Persewaan Internet

No	Atribut Jasa	Uang Saku Perbulan						Total
		Rp250 .000	Rp300 .000	Rp350 .000	Rp400 .000	Rp450 .000	Rp500 .000	
1	Harga sewa perjam	5	10	7	0	0	0	22
2	Keandalan komputer	9	16	7	1	1	1	35
3	Fasilitas ruangan	8	3	4	1	1	1	18
4	Pelayanan pengelola	2	3	2	0	0	1	8
5	Lokasi	1	2	0	0	0	0	3
6	Bonus/diskon	1	1	0	0	0	0	2
7	Keamanan kend/barang	4	0	4	1	0	0	12
Jumlah		30	35	24	3	3	5	100

Sumber: Data kuisioner diolah, 2001

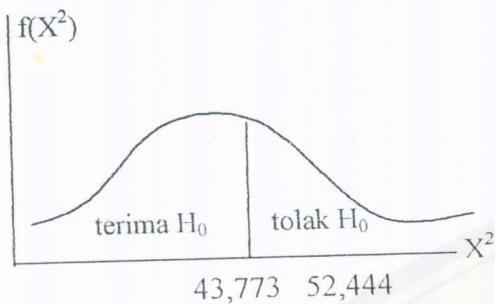
Setelah mengetahui hasil tabulasi diatas, maka diajukan suatu hipotesis:

H_0 = Tidak ada hubungan antara uang saku perbulan konsumen dengan multiatribut jasa tempat persewaan internet

H_a = Ada hubungan antara uang saku perbulan konsumen dengan multiatribut jasa tempat persewaan internet

Dari hasil perhitungan (lampiran 4) dapat diperoleh nilai X^2 hitung = 52,444 dengan $df = 30$ dan $\alpha = 5\%$ dan dari tabel distribusi chi kuadrat nilai X^2 tabel = 43,773, maka nilai X^2 hitung lebih besar dari X^2 tabel. Kesimpulan yang dapat diambil adalah H_0 kita tolak yang berarti ada hubungan antara uang saku perbulan konsumen dengan multiatribut jasa tempat persewaan internet.

Dari data diatas, dapat digambar daerah penerimaan dan penolakan chi kuadrat test sebagai berikut:



Gambar 4.4 Daerah Penerimaan/Penolakan H_0 Untuk Uji Independensi antara Uang Saku Perbulan Konsumen dengan Multiatribut Jasa Tempat Persewaan Internet

Dari gambar diatas dapat dilihat bahwa nilai X^2 hitung berada pada daerah penolakan H_0 , hal ini berarti H_0 kita tolak sehingga ada hubungan antara uang saku perbulan konsumen dengan multiatribut jasa tempat persewaan internet.

4.5 Uji Koefisien Kontingensi

Setelah dilakukan uji hipotesis, maka hasil yang menunjukkan adanya hubungan antara karakteristik konsumen dengan multiatribut jasa tempat persewaan internet akan diteruskan dengan melakukan uji koefisien kontingensi. Uji koefisien kontingensi dimaksudkan untuk mengetahui pola hubungan antara dua variabel yang diteliti.

4.5.1 Uji Koefisien Kontingensi antara Uang Saku Perbulan Konsumen dengan Multiatribut Jasa Tempat Persewaan Internet

Dari hasil perhitungan (lampiran5), diperoleh nilai koefisien kontingensi sebesar 0,5865 yang menunjukkan pola hubungan antara uang saku perbulan konsumen dengan multiatribut jasa tempat persewaan internet adalah positif kuat.

BAB V
KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dapat diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

a. Karakteristik konsumen

Karakteristik konsumen tempat persewaan internet di Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember adalah sebagai berikut:

1. Jenis kelamin konsumen yang terbesar adalah laki-laki dengan prosentase 74%.
2. Usia konsumen yang terbesar adalah usia 21 tahun dengan prosentase 33%, usia 22 tahun dengan prosentase 28%, dan usia 20 tahun dengan prosentase 19%
3. Pendidikan terakhir konsumen yang terbesar adalah SMA dengan prosentase 95%.
4. Uang saku perbulan konsumen yang terbesar adalah antara Rp.300.000 dengan prosentase 35%, Rp.250.000 dengan prosentase 30%, dan Rp.350.000 dengan prosentase 24%.

b. Prioritas kebutuhan

Prioritas kebutuhan konsumen tempat persewaan internet di Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember adalah sebagai berikut:

1. Prioritas pertama: keandalan komputer
2. Prioritas kedua: fasilitas ruangan
3. Prioritas ketiga: harga sewa perjam
4. Prioritas keempat: pelayanan pengelola
5. Prioritas kelima: keamanan penitipan kendaraan/barang
6. Prioritas keenam: bonus/diskon
7. Prioritas ketujuh: lokasi

c. Hubungan antara karakteristik konsumen dengan multiatribut jasa tempat persewaan internet di Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember.

1. Tidak ada hubungan antara jenis kelamin konsumen dengan multiatribut jasa tempat persewaan internet.
2. Tidak ada hubungan antara usia konsumen dengan multiatribut jasa tempat persewaan internet
3. Tidak ada hubungan antara pendidikan terakhir konsumen dengan multiatribut jasa tempat persewaan internet
4. Ada hubungan antara uang saku perbulan dengan multiatribut jasa tempat persewaan internet dengan pola hubungan positif kuat.

4.2 Saran

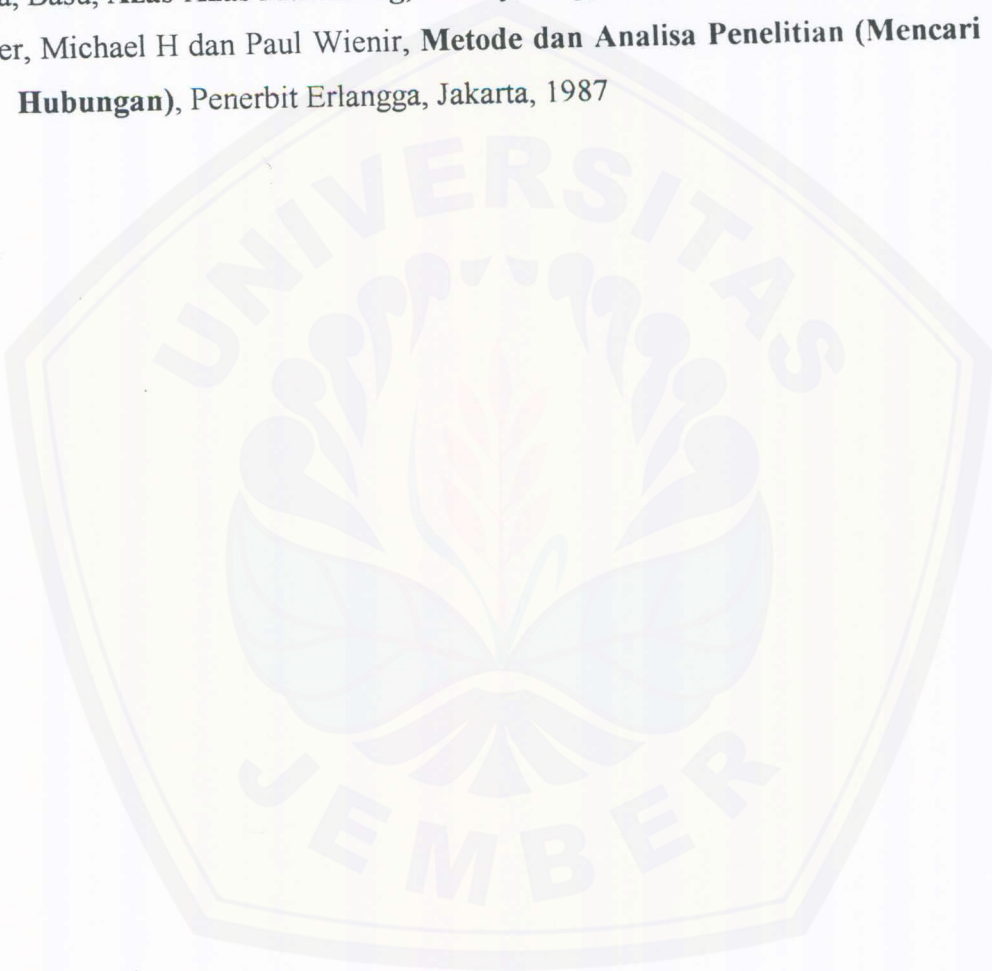
Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan sebelumnya dapat diajukan saran-saran yang diharapkan akan berguna bagi pihak pengelola atau pihak pemodal sebagai berikut:

- a. Dari karakteristik konsumen diperoleh data bahwa usia pengguna internet adalah golongan remaja (antara 20 tahun sampai dengan 24 tahun), dengan uang saku pada golongan menengah kebawah (Rp.250.000 sampai dengan Rp.350.000), dan merupakan golongan terpelajar. Dengan memperhatikan karakteristik tersebut hendaknya pihak pengelola tempat persewaan internet dapat memunculkan tempat persewaan internet yang dapat menarik minat golongan diatas. Penciptaan tempat persewaan internet dengan harga terjangkau (tapi tentu saja dengan tidak meninggalkan unsur laba), pendekorasian ruangan yang mencerminkan kenyamanan, dan fasilitas komputer yang memadai.
- b. Pihak pengelola hendaknya juga memperhatikan atribut jasa untuk memenuhi apa yang menjadi harapan konsumen. Dengan menyamakan/ meminimalkan perbedaan antara apa yang menjadi harapan konsumen dengan apa yang konsumen dapatkan akan berpengaruh terhadap konsumsi ulang dari konsumen tersebut. Konsumen yang merasa puas akan apa yang telah investor asing terima akan melakukan konsumsi ulang pada tempat persewaan internet yang memberikan atribut jasa paling mencukupi.
- c. Dengan melihat tidak adanya hubungan antara jenis kelamin, usia, dan tingkat pendidikan terakhir konsumen dengan multiatribut jasa tempat persewaan internet maka diharapkan pihak pengelola lebih memperhatikan kualitas daripada kuantitas atribut jasa yang disediakannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, Saifudin, **Metode Penelitian**, Pustaka Pelajar Offset, Yogyakarta, 1998
- Barrow, M, **Statistic for Economics Accounting and Business Studies**, Longma Group, New York, 1997
- Bisnis Indonesia, Surindo, **Remaja dan Internet**, 4 Februari 2001, halaman 5
- Cooper, Donald R dan William Emory, **Metode Penelitian Bisnis Jilid 2**, Erlangga, Jakarta, 1999
- Dajan, Anto, **Pengantar Metode Statistik Jilid 2**, Penerbit LP3ES, Jakarta, 1994
- Engel, James.F, Roger D. Blackwell dan paul W. Miniard, **Perilaku Konsumen Jilid 1**, Binaru Aksara, Jakarta, 1994
- Hiam, Alexander dan Charles D. Schews, **The Portabel MBA Pemasaran**, Binarupa Aksara, Jakarta, 1994
- Info Komputer, **Info Online**, 8 Agustus 1997, halaman 30-32
- Kotler, Philip, **Manajemen Pemasaran Jilid 1: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol**, PT Prenhallindo, Jakarta, 1993
- Kotler, Philip, **Manajemen Pemasaran Jilid 2: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol**, PT Prenhallindo, Jakarta, 1998
- Naisbitt, John, **Megatrend Asia: Delapan Megatrend Asia yang Mengubah Dunia**, Penerbit Gramedia, Jakarta, 1996
- Nasir, Moh, **Metode Penelitian**, Ghalia Indonesia, 1999
- Purwadi, Budi, **Riset Pemasaran: Implementasi dalam Bauran Pemasaran**, PT Grasindo, Jakarta, 2000

- Siegel, Sidney, **Statistik Nonparametrik untuk Ilmu-Ilmu Sosial**, Gramedia, Jakarta, 1997
- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi, **Metode Penelitian Survei**, Penerbit LP3ES, Jakarta, 1989
- Swasta, Basu, **Azas-Azas Marketing**, Liberty, Yogyakarta, 1996
- Walizer, Michael H dan Paul Wienir, **Metode dan Analisa Penelitian (Mencari Hubungan)**, Penerbit Erlangga, Jakarta, 1987



Lampiran 1: Analisis Hubungan antara Jenis Kelamin Konsumen dengan
Multiatribut jasa Tempat Persewaan Internet

----- CROSSTAB / CHI-SQUARE TESTS -----
ANALISIS HUBUNGAN JENIS KELAMIN DENGAN MULTIATRIBUTJASA

OBSERVED VALUES (Cell format: count/ percent:total/ percent:row/
percent:col)

	laki-laki	perempuan	TOTAL
harga	14	8	22
sewa	14.00	8.00	22.00
	63.64	36.36	
	18.92	30.77	
keandalan	30	5	35
komputer	30.00	5.00	35.00
	85.71	14.29	
	40.54	19.23	
fasilitas	15	3	18
ruangan	15.00	3.00	18.00
	83.33	16.67	
	20.27	11.54	
pelayanan	3	5	8
pengelola	3.00	5.00	8.00
	37.50	62.50	
	4.05	19.23	
lokasi	2	1	3
	2.00	1.00	3.00
	66.67	33.33	
	2.70	3.85	
bonus/	1	1	2
diskon	1.00	1.00	2.00
	50.00	50.00	
	1.35	3.85	
keamanan	9	3	12
kend/brg	9.00	3.00	12.00
	75.00	25.00	
	12.16	11.54	
TOTAL	74	26	100
	74.00	26.00	100.00

CHI-SQUARE = 10.768, D.F.= 6, PROB. = .0958

□

Lampiran 2: Analisa Hubungan antara Usia Konsumen dengan Multiatribut jasa Tempat Persewaan Internet

----- CROSSTAB / CHI-SQUARE TESTS -----
 ANALISA HUB. UMUR DENGAN MULTIATRIBUT JASA

OBSERVED VALUES (Cell format: count/ percent:total/ percent:row/ percent:col)

	20 TAHUN	21 TAHUN	22 TAHUN	23 TAHUN	24 TAHUN	TOTAL
HARGA SEWA	4 4.00 18.18 21.05	7 7.00 31.82 21.21	5 5.00 22.73 17.86	3 3.00 13.64 30.00	3 3.00 13.64 30.00	22 22.00
KEANDALAN KOMPUTER	6 6.00 17.14 31.58	12 12.00 34.29 36.36	9 9.00 25.71 32.14	4 4.00 11.43 40.00	4 4.00 11.43 40.00	35 35.00
FASILITAS RUANGAN	4 4.00 22.22 21.05	5 5.00 27.78 15.15	5 5.00 27.78 17.86	2 2.00 11.11 20.00	2 2.00 11.11 20.00	18 18.00
PELAYANAN PENGELOLA	1 1.00 12.50 5.26	2 2.00 25.00 6.06	5 5.00 62.50 17.86	0 .00 .00 .00	0 .00 .00 .00	8 8.00
LOKASI	0 .00 .00 .00	2 2.00 66.67 6.06	1 1.00 33.33 3.57	0 .00 .00 .00	0 .00 .00 .00	3 3.00
BONUS/DISKON	1 1.00 50.00 5.26	0 .00 .00 .00	1 1.00 50.00 3.57	0 .00 .00 .00	0 .00 .00 .00	2 2.00
KEAMANAN KEND/BRG	3 3.00 25.00 15.79	5 5.00 41.67 15.15	2 2.00 16.67 7.14	1 1.00 8.33 10.00	1 1.00 8.33 10.00	12 12.00
TOTAL	19 19.00	33 33.00	28 28.00	10 10.00	10 10.00	100 100.00

CHI-SQUARE = 12.498, D.F. = 24, PROB. = .9737

□

Lampiran 3: Analisis Hubungan antara Pendidikan Terakhir Konsumen dengan Multiatributjasa Tempat Persewaan Internet

----- CROSSTAB / CHI-SQUARE TESTS -----
 ANALISIS HUB. PENDIDIKAN TERAKHIR DENGAN MULTIATRIBUT JASA
 OBSERVED VALUES (Cell format: count/ percent:total/ percent:row/
 percent:col)

	SMA	DIPLOMA	TOTAL
HARGA	21	1	22
SEWA	21.00	1.00	22.00
	95.45	4.55	
	22.11	20.00	
KEANDALAN	32	3	35
KOMPUTER	32.00	3.00	35.00
	91.43	8.57	
	33.68	60.00	
FASILITAS	17	1	18
RUANGAN	17.00	1.00	18.00
	94.44	5.56	
	17.89	20.00	
PELAYANAN	8	0	8
PENGELOLA	8.00	.00	8.00
	100.00	.00	
	8.42	.00	
LOKASI	3	0	3
	3.00	.00	3.00
	100.00	.00	
	3.16	.00	
BONUS/	2	0	2
DISKON	2.00	.00	2.00
	100.00	.00	
	2.11	.00	
KEAMANAN	12	0	12
KEND/BRG	12.00	.00	12.00
	100.00	.00	
	12.63	.00	
TOTAL	95	5	100
	95.00	5.00	100.00

CHI-SQUARE = 2.277, D.F.= 6, PROB. = .8926

Diagram 4: Analisis Hubungan antara Uang Saku Perbulan dengan Multiatribut Jasa Tempat Persewaan Internet

----- CROSSTAB / CHI-SQUARE TESTS -----
 ANALISIS HUB. UANG SAKU PERBULAN DENGAN MULTIATRIBUT JASA

EXPECTED VALUES (Cell format: count/ percent:total/ percent:row/ percent:col)

	250.000	300.000	350.000	400.000	450.000	500.000	TOTAL
HARGA SEWA	5 5.00 22.73 16.67	10 10.00 45.45 28.57	7 7.00 31.82 29.17	0 .00 .00 .00	0 .00 .00 .00	0 .00 .00 .00	22 22.00
MANDALAN COMPUTER	9 9.00 25.71 30.00	16 16.00 45.71 45.71	7 7.00 20.00 29.17	1 1.00 2.86 33.33	1 1.00 2.86 33.33	1 1.00 2.86 20.00	35 35.00
KOMFORTABILITAS RUANGAN	8 8.00 44.44 26.67	3 3.00 16.67 8.57	4 4.00 22.22 16.67	1 1.00 5.56 33.33	1 1.00 5.56 33.33	1 1.00 5.56 20.00	18 18.00
KEPRIBAYANAN PELAYANAN PENGELOLA	2 2.00 25.00 6.67	3 3.00 37.50 8.57	2 2.00 25.00 8.33	0 .00 .00 .00	0 .00 .00 .00	1 1.00 12.50 20.00	8 8.00
LOKASI	1 1.00 33.33 3.33	2 2.00 66.67 5.71	0 .00 .00 .00	0 .00 .00 .00	0 .00 .00 .00	0 .00 .00 .00	3 3.00
BONUS/ DISKON	1 1.00 50.00 3.33	1 1.00 50.00 2.86	0 .00 .00 .00	0 .00 .00 .00	0 .00 .00 .00	0 .00 .00 .00	2 2.00
KEAMANAN KEND/BRG	4 4.00 33.33 13.33	0 .00 .00 .00	4 4.00 33.33 16.67	1 1.00 8.33 33.33	1 1.00 8.33 33.33	2 2.00 16.67 40.00	12 12.00
TOTAL	30 30.00	35 35.00	24 24.00	3 3.00	3 3.00	5 5.00	100 100.00

CHI-SQUARE = 52.444, D.F.= 30, PROB. = .7500

Lampiran 5: Uji Koefisien Kontingensi antara Uang Saku Perbulan Konsumen dengan Multiatribut Jasa Tempat persewaan Internet

$$K = \sqrt{\frac{X^2}{X^2 + n}}$$

$$K = \sqrt{\frac{52,444}{52,444 + 100}}$$

$$K = 0,5865$$

Lampiran 6: Tabulasi Data Karakteristik Konsumen dan Skala Prioritas Multiatribut Jasa Tempat Persewaan Internet di Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember

No	A	B	C	D	I	II	III	IV	V	VI	VII
1	A2	B3	C2	D3	2	5	6	7	4	3	1
2	A2	B4	C2	D2	1	7	5	6	4	2	3
3	A2	B3	C2	D1	2	5	6	7	4	1	3
4	A1	B3	C2	D2	5	6	7	4	2	3	1
5	A2	B2	C2	D1	2	5	4	6	3	1	7
6	A1	B3	C2	D2	5	6	3	2	1	4	7
7	A2	B3	C2	D3	7	5	2	3	4	6	1
8	A2	B3	C2	D1	2	6	4	5	3	1	7
9	A1	B5	C3	D2	6	7	5	3	2	4	1
10	A1	B3	C2	D1	7	5	1	4	2	3	6
11	A2	B4	C2	D3	2	5	4	6	3	1	7
12	A1	B2	C2	D6	1	7	5	6	3	2	4
13	A1	B1	C2	D2	4	5	3	2	1	6	7
14	A2	B2	C2	D3	2	3	4	5	7	1	6
15	A1	B3	C2	D2	6	4	5	3	1	7	2
16	A1	B3	C2	D1	2	7	6	4	3	1	5
17	A1	B3	C2	D4	6	7	5	4	2	1	3
18	A1	B2	C2	D1	3	7	5	4	1	2	6
19	A1	B2	C2	D3	2	7	5	6	3	1	4
20	A2	B2	C2	D2	7	6	5	4	3	2	1
21	A1	B5	C2	D2	1	7	3	6	2	4	3
22	A1	B2	C2	D3	4	5	3	2	7	1	6
23	A1	B5	C2	D1	4	6	5	3	2	1	7
24	A1	B2	C2	D3	1	5	4	3	6	2	7
25	A1	B4	C2	D3	5	4	7	1	2	3	6
26	A1	B1	C2	D1	1	7	6	5	2	3	4
27	A1	B2	C2	D6	2	6	4	5	1	3	7
28	A1	B1	C2	D2	4	3	2	1	6	5	7
29	A1	B3	C2	D5	4	7	6	3	2	1	5
30	A1	B2	C2	D3	5	4	3	2	6	1	7
31	A1	B2	C2	D4	2	5	7	4	1	6	3
32	A1	B2	C2	D2	4	6	5	3	2	1	7
33	A1	B2	C2	D1	3	7	2	5	1	4	6
34	A2	B2	C2	D3	5	6	4	7	2	1	3
35	A1	B3	C2	D3	5	7	4	6	2	1	3
36	A1	B4	C2	D2	6	4	7	2	1	5	3
37	A1	B3	C2	D1	4	7	6	5	1	2	3
38	A1	B1	C2	D1	7	6	4	2	3	5	1
39	A1	B5	C2	D2	2	7	6	5	3	1	4
40	A1	B2	C2	D1	7	5	4	3	2	1	6

Lanjutan Lampiran 6

41	A2	B2	C2	D1	7	5	6	1	2	4	3
42	A1	B3	C2	D2	4	6	7	5	3	2	1
43	A1	B1	C2	D3	5	7	6	4	2	1	3
44	A1	B2	C2	D1	7	5	6	3	1	4	2
45	A2	B1	C2	D2	4	7	6	5	2	1	3
46	A1	B4	C3	D6	6	7	4	5	1	3	2
47	A1	B4	C2	D3	7	6	4	1	2	5	3
48	A1	B1	C2	D1	5	7	6	3	1	2	4
49	A2	B2	C2	D3	7	5	6	1	3	2	4
50	A1	B1	C2	D1	1	5	7	6	3	2	4
51	A1	B5	C2	D2	2	5	7	6	1	3	4
52	A2	B3	C2	D2	5	4	6	7	3	2	1
53	A1	B2	C2	D5	1	7	5	6	4	2	3
54	A2	B2	C2	D2	7	5	4	3	1	6	2
55	A2	B3	C2	D1	7	5	4	3	1	6	2
56	A2	B2	C2	D2	1	6	7	4	2	5	3
57	A1	B2	C2	D2	4	7	6	5	1	3	2
58	A1	B5	C3	D1	7	5	4	2	3	6	1
59	A1	B4	C2	D3	7	6	2	1	4	5	3
60	A1	B3	C2	D3	2	7	5	4	3	1	6
61	A1	B1	C2	D2	4	6	7	5	1	3	2
62	A1	B4	C2	D1	7	5	4	3	2	6	1
63	A1	B2	C2	D2	1	6	7	5	4	2	3
64	A1	B1	C2	D1	5	7	6	1	2	3	4
65	A2	B1	C2	D6	2	5	7	6	4	3	1
66	A1	B2	C2	D1	3	6	4	5	1	2	7
67	A1	B1	C2	D2	1	6	7	5	4	2	3
68	A1	B2	C2	D3	4	5	7	6	1	2	3
69	A1	B5	C3	D2	3	6	7	2	1	4	5
70	A2	B2	C2	D2	4	6	5	7	2	1	3
71	A2	B3	C2	D3	6	5	7	2	3	4	1
72	A1	B3	C2	D1	1	6	5	7	3	4	2
73	A1	B5	C2	D1	7	5	4	3	1	6	2
74	A2	B3	C2	D2	6	7	5	4	1	3	2
75	A1	B1	C2	D3	2	7	5	6	1	3	4
76	A1	B3	C2	D2	4	7	5	3	1	6	2
77	A2	B1	C2	D1	7	5	2	3	4	6	1
78	A1	B2	C2	D3	3	7	6	5	2	4	1
79	A1	B1	C2	D1	7	5	4	2	1	3	6
80	A1	B5	C2	D2	7	6	4	5	2	1	3

Lanjutan Lampiran 6

81	A1	B2	C2	D2	3	6	7	5	2	1	4
82	A1	B5	C3	D2	3	7	6	1	4	2	5
83	A2	B2	C2	D5	4	7	6	5	1	3	2
84	A1	B2	C2	D1	2	7	5	6	1	3	4
85	A1	B3	C2	D3	4	7	6	3	2	1	5
86	A1	B1	C2	D1	7	5	4	2	3	6	1
87	A1	B3	C2	D2	6	5	7	4	2	1	3
88	A1	B4	C2	D2	1	7	5	6	3	2	4
89	A1	B1	C2	D1	6	5	4	3	2	7	1
90	A1	B3	C2	D3	1	5	6	7	3	2	4
91	A1	B2	C2	D2	7	5	4	3	2	6	1
92	A1	B3	C2	D2	7	6	5	4	2	3	1
93	A1	B2	C2	D4	4	7	6	3	2	5	1
94	A1	B3	C2	D1	7	3	2	1	5	6	4
95	A1	B4	C2	D3	4	7	6	5	3	1	2
96	A1	B2	C2	D6	4	7	5	1	6	3	2
97	A1	B1	C2	D3	5	7	4	1	3	2	6
98	A1	B1	C2	D1	4	6	5	7	2	1	3
99	A2	B3	C2	D2	6	3	4	2	7	5	1
100	A1	B3	C2	D2	2	6	7	5	1	3	4

Keterangan:

- ⊗ A1=Laki-laki
- ⊗ A2=Perempuan
- ⊗ B1=Usia 20 tahun
- ⊗ B2=Usia 21 tahun
- ⊗ B3=Usia 22 tahun
- ⊗ B4=Usia 23 tahun
- ⊗ B5=Usia 24 tahun
- C1=Pendidikan Terakhir SMP
- C2=pendidikan Terakhir SMA
- C3=Pendidikan Terakhir Diploma
- C4=Pendidikan Terakhir Sarjana
- D1=Uang saku Rp.250.000 perbulan
- D2=Uang saku Rp.300.000 perbulan
- D3=Uang saku Rp.350.000 perbulan
- D4=Uang saku Rp.400.000 perbulan
- D5=Uang saku Rp.450.000 perbulan
- D6=Uang saku Rp.500.000 perbulan
- ⊗ I=Harga sewa perjam
- ⊗ II=Keandalan komputer
- ⊗ III=Fasilitas ruangan
- ⊗ IV=Pelayanan Pengelola
- ⊗ V=Lokasi
- ⊗ VI=Bonus/diskon
- ⊗ VII=Keamanan kendaraan/barang

Lampiran 7: Kuisoner Penelitian

No responden:.....
Nama :

1. Jenis Kelamin Anda:
 - Laki-laki
 - Perempuan

 2. Berapa usia Anda saat ini:.....tahun

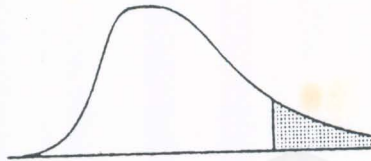
 3. Apakah pendidikan terakhir Anda:
 - SMP
 - SMA
 - Diploma
 - Sarjana
 - Lainnya.....(Sebutkan)

 4. Apakah pekerjaan orang tua Anda:
 - (a)
 - (b)
 - (c)

 5. Berapa uang saku Anda perbulan:.....

 6. Berilah skala prioritas dari yang paling penting (**dengan nilai 7**) sampai yang kurang penting (**dengan nilai 1**):
 - Harga sewa perjam
 - Keandalan komputer
 - Fasilitas ruangan
 - Pelayanan operator
 - Lokasi
 - Bonus/diskon
 - Keamanan penitipan kendaraan/barang
- Keterangan :**
- ✓ Prioritas 1 (pertama) dengan nilai 7
 - ✓ Prioritas 2 (kedua) dengan nilai 6
 - ✓ Prioritas 3 (ketiga) dengan nilai 5
 - ✓ Prioritas 4 (keempat) dengan nilai 4
 - ✓ Prioritas 5 (kelima) dengan nilai 3
 - ✓ Prioritas 6 (keenam) dengan nilai 2
 - ✓ Prioritas 7 (ketujuh) dengan nilai 1

Lampiran 9: Tabel Chi Kuadrat Test



Nilai X^2 yang mungkin

Derajat kebebasan	Bidang kanan			
	0,10	0,05	0,02	0,01
<i>df</i>				
1	2,706	3,841	5,412	6,635
2	4,605	5,991	7,824	9,210
3	6,251	7,815	9,837	11,345
4	7,779	9,488	11,668	13,277
5	9,236	11,070	13,388	15,086
6	10,645	12,592	15,033	16,812
7	12,017	14,067	16,622	18,475
8	13,362	15,507	18,168	20,090
9	14,684	16,919	19,679	21,666
10	15,987	18,307	21,161	23,209
11	17,275	19,675	22,618	24,725
12	18,549	21,026	24,054	26,217
13	19,812	22,362	25,472	27,688
14	21,064	23,685	26,873	29,141
15	22,307	24,996	28,259	30,578
16	23,542	26,296	29,633	32,000
17	24,769	27,587	30,995	33,409
18	25,989	28,869	32,346	34,805
19	27,204	30,144	33,687	36,191
20	28,412	31,410	35,020	37,566
21	29,615	32,671	36,343	38,932
22	30,813	33,924	37,659	40,289
23	32,007	35,172	38,968	41,638
24	33,196	36,415	40,270	42,980
25	34,382	37,652	41,566	44,314
26	35,563	38,885	42,856	45,642
27	36,741	40,113	44,140	46,963
28	37,916	41,337	45,419	48,278
29	39,087	42,557	46,693	49,588
30	40,256	43,773	47,962	50,892

