



**FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUASAN KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN
JASA TRANSPORTASI JEMBER TAXI DI JEMBER**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi
Universitas Jember

Oleh :

Giovanni Ramadhan iah

000810201278

Pembelian
Terima Tgl : 18 FEB 2006

No. Induk :

KLA I / PE-YALIN:

Klasa

200.8
RAM
F

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER**

2005

c.18

**DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS JEMBER – FAKULTAS EKONOMI**

SURAT PERNYATAAN

Nama : Giovanni Ramadhan
NIM : 000810201278
Jurusan : MANAJEMEN
Konsentrasi : M.Pemasaran
Judul Skripsi : FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUASAN KONSUMEN DALAM
MENGUNAKAN JASA TRANSPORTASI JEMBER
TAXI DI JEMBER

Menyatakan bahwa skripsi yang telah saya buat merupakan hasil karya sendiri. Apabila ternyata di kemudian hari skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan dan sekaligus menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku.

Demikian , pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Jember, 10 Desember 2005

Yang menyatakan,



Giovanni Ramadhan
NIM. 000810201278

JUDUL SKRIPSI

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN JASA TRANSPORTASI JEMBER TAXI DI JEMBER

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama Mahasiswa : Giovanni Ramadhan

NIM : 000810201278

Jurusan : Manajemen

telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal :

10 Desember 2005

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember

Susunan Tim Penguji

Ketua : Dra. Diah Yulisetiari, M.Si : _____
NIP. 131 624 474

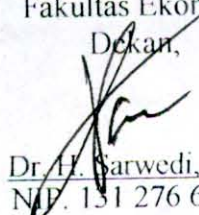
Sekretaris : Ika Barokah, SE, MM : _____
NIP. 132 304 454

Anggota : Drs. H. Soegiharto PH, MM : _____
NIP. 130 145 581

: Sri Wahyu Lely, SE, M.Si : _____
NIP. 132 258 069



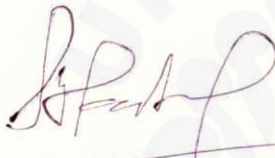
Mengetahui;
Universitas Jember
Fakultas Ekonomi
Dekan,


Dr. H. Sarwedi, MM
NIP. 131 276 658

TANDA PERSETUJUAN

Judul skripsi : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan
Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Transportasi
Jember Taxi di Jember.
Nama : Giovanni Ramadhan
NIM : 000810201278
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Pembimbing I



Drs. Soegiharto PH, MM
NIP. 130 145 581

Pembimbing II



Sri Wahyu Lelly HS, SE. M.si.
NIP. 132 258 069

Ketua Jurusan



Dra. Diah Yuli Setyarini M.si.
NIP. 131 624 474

Tanggal Persetujuan: _____ 2005

MOTTO

Barang siapa merintis jalan mencari ilmu maka
allah memudahkan jalan menuju kesurga.

(HR. Muslim)

Tidak ada rejeki yang Allah berikan kepada
seorang hamba yang lebih luas baginya daripada sabar.

(HR. Al-hakim)

Jika Aku dapat meminta agar hidupku sempurna, itu merupakan godaan
yang menggurukan. Namun Aku akan terpaksa menolak, karena dengan
begitu Aku tidak dapat lagi menarik pelajaran dari kehidupan.

(Allyson Jones)

Apabila menghadapi keputusan, putuskanlah. Apabila menghadapi pilihan,
pilihlah. Tidak berbuat apa-apa hanya menambah ketegangan
karena anda tidak kalah tetapi menang juga tidak.

(Barry Spil Chuk)

Persembahan



*Dengan senantiasa mengharapkan Ridlo Allah SWT.
Ku persembahkan sebuah karya kecil dalam hidupku untuk,
Ayahanda dan Ibunda tercinta...,
Kakakku tersayang...,
Dan tak lupa Almamaterku yang aku banggakan...*

KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat, taufik serta hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul ***“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Transportasi Jember Taxi Di Jember”*** yang merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Program Sarjana Strata Satu pada jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Terselesaikannya penyusunan karya ilmiah tertulis ini tidak lepas dari bantuan dan bimbingan berbagai pihak, baik dalam bentuk moril maupun materil. Penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada :

1. Bapak Dr. H. Sarwedi, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
2. Ibu Dra. Diah Yulisetiarni, M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
3. Bapak Drs. H. Soegiharto, PH. MM selaku Dosen Pembimbing I yang telah dengan sabar mengarahkan dan mengoreksi penulisan dan penyusunan skripsi ini.
4. Ibu Sri Wahyu Lelly HS, SE. M.Si selaku Dosen Pembimbing II dan sekaligus Dosen Wali yang telah memberikan saran dan masukan untuk terus menyusun skripsi ini.
5. Seluruh Staf pengajar dan karyawan (Mas Yuly) Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
6. Bapak Drs. Abas Aries Dharmaputra selaku Direktur dan Mas Agus Prasetyo selaku Kabag Keuangan dan Administrasi yang sudah memberikan izin penelitian pada CV. Pratama Abadi (Jember Taxi)
7. Keluarga tercinta, Bapak Drs. Bambang Hariyadi, “Uda Beres Pa”, Mamaku tercinta Hawani Tambunan yang telah memberi doa dan restu kepadaku untuk selalu ingat kepada Allah S.W.T, Kakakku tersayang Yongki Artha Wijaya yang sudah banyak memberiku masukan dan dukungan, Akhirnya selesai juga thanks Sam!

8. Penghuni Halmahera 2-1, UDe', Febz, Yoge, Ogky, Dhonkrek, Andika, Bhibier, PramBoss, Suwun Seng Akeh! kapan Travelling lagi Boss?, Tpoz, Nyo, Erick, Yoyo', Dedie "Master King Of Patin" Thanks a Lot Jhoen! Muse, Eko *Tjipt*, Pipink, Smong, Santy Mega, Nevo Aneh, Tomy. *Keep In Fight Guys!*
9. *My Little Sister* (Lia Sukma) *Thanks for being My inspiration and My Support.*
10. "P 4206 UH" yang sudah mengantarkan Tuannya kemana-mana. *Lets Go!*
11. Teman-teman Image 00 (Ikatan Manajemen Genap 2000) yang telah memberikan kekompakkan dan rasa betah saat mengikuti mata kuliah bersama.
12. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang juga turut membantu penyelesaian Laporan Akhir ini.

Penulis juga memohon maaf yang sebesar-besarnya bila terdapat kata dalam penulisan skripsi ini, sehingga saran dan kritik membangun senantiasa penulis butuhkan demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini berguna dan bermanfaat bagi berbagai pihak khususnya penulis sendiri dan terutama untuk perkembangan ilmu ekonomi.

Jember, Desember 2005

Penulis

ABSTRAKSI

Penelitian dengan judul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Transportasi Jember Taxi di Jember” ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari kelima variabel yang diuji serta variabel mana yang mempunyai pengaruh lebih besar dibandingkan dengan variabel lainnya terhadap kepuasan konsumen. Penelitian dilakukan pada perusahaan Jember Taxi di jember, khususnya pada setiap konsumen yang dalam hal ini adalah penumpang. penelitian ini menduga ada pengaruh yang signifikan dari kelima variabel terhadap kepuasan konsumen setelah mengkonsumsi jasa transportasi Jember Taxi di Jember.

Penelitian ini mengambil responden sebanyak 100 orang dengan metode pengambilan sampel *Non Probability sampling* dengan tipe *purposive sampling*. Metode analisis yang digunakan adalah Analisis Regresi Linear Berganda, uji-uji statistik dan uji asumsi klasik. Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh independen dari kelima variabel terhadap dependen variabel kepuasan konsumen pada jasa transportasi Jember Taxi secara bersama-sama. Sedangkan Uji T digunakan untuk mengetahui pengaruh independen variabel terhadap dependen variabel secara parsial.

Pengaruh secara simultan dapat dibuktikan dari hasil uji F yang diperoleh, yakni sebesar 25,995 dengan F tabel sebesar 2,699 dan level signifikan sebesar 5 %. Hasil uji F menunjukkan bahwa F hitung lebih besar dari F tabel. Berarti secara bersama-sama kelima variabel memiliki yang signifikan terhadap kepuasan konsumen setelah menggunakan jasa transportasi Jember Taxi.

Besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dapat dilihat dari nilai Adjusted R Square sebesar 0,558 atau 55,8 %, Hasil perhitungan analisis koefisien determinasi parsial untuk variabel X1 sebesar 40,9 %, variabel X2 sebesar 36,2%, variabel X3 menunjukkan hasil sebesar 38,9%, variabel X4 menunjukkan hasil sebesar 33,5%, variabel X5 menunjukkan hasil sebesar 33,2%. Dengan demikian, maka dapat diketahui bahwa variabel yang mempunyai pengaruh paling besar terhadap kepuasan konsumen setelah mengkonsumsi jasa transportasi Jember Taxi adalah variabel X1 (keandalan).

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN MOTTO.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAKSI.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan penelitian dan kegunaan penelitian.....	3
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	3
1.3.2 Manfaat Penelitian.....	3
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 Tinjauan Hasil Penelitian.....	5
2.2 Landasan Teori.....	6
2.2.1 Pemasaran dan Manajemen Pemasaran.....	6
2.2.2 Pemasaran Jasa.....	7
2.2.3 Kualitas Jasa.....	10
2.2.4 Pengertian Kepuasan Konsumen.....	10
2.2.5 Pengertian Transporasi.....	11
2.2.5.1 Sistem Transportasi.....	11
2.2.5.2 Angkutan Muatan.....	11
2.2.5.3 Manajemen.....	12

2.2.6 Fungsi dan Fasilitas Transportasi	12
2.2.6.1 Pemakaian Jasa Transportasi	13
2.2.7 Permintaan dan Penawaran Jasa Transportasi	13
2.2.7.1 Segi Permintaan	13
2.2.7.2 Segi Penawaran	16
2.3 Hipotesis	17
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	18
3.1 Rancangan Penelitian	18
3.2 Jenis dan Metode Pengumpulan Data	18
3.2.1 Jenis Data	18
3.2.2 Metode Pengumpulan Data	18
3.3 Metode Penentuan Sampel	19
3.3.1 Teknik Pengukuran	20
3.4 Metode Analisis Data	20
3.5 Identifikasi Variabel dan Definisi Operasional Variabel	25
3.5.1 Identifikasi Variabel	25
3.5.2 Variabel Tergantung	26
3.5.3 Definisi Operasional	26
3.6 Kerangka Pemecahan Masalah	28
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	30
4.1 Deskripsi Lokasi Penelitian	30
4.1.1 Sejarah Singkat Kota Jember	30
4.1.2 Letak Geografis Kota Jember	30
4.1.3 Kependudukan	31
4.1.4 Luas Wilayah Kabupaten Jember	31
4.1.4.1 Pembagian Wilayah Administratif Kota Jember	31
4.2 Deskripsi Instansi Obyek Penelitian	32
4.2.1 Sejarah Singkat Jember Taxi	32
4.2.1.1 Struktur Organisasi	33
4.2.1.2 Pengorganisasian dan Tata Kerja	33
4.2.2 Daerah Operasional Jember Taxi	34

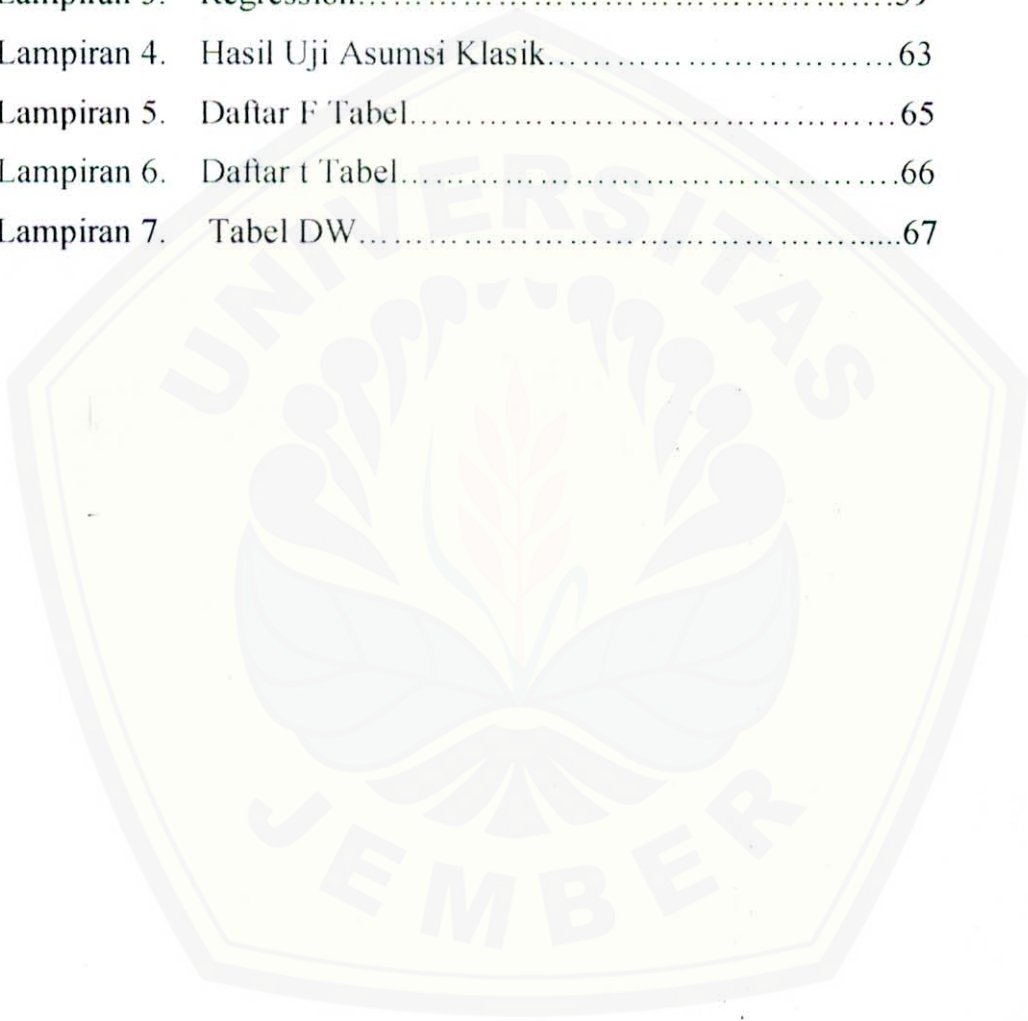
4.2.3	Proses Penggunaan Fasilitas Jember Taxi	35
4.2.4	Sarana Jember Taxi	35
4.2.5	Lokasi Pangkalan Armada	36
4.3	Hasil Penelitian dan Pembahasan	36
4.3.1	Deskripsi Responden.....	36
4.3.2	Hasil Analisis Data.....	38
4.3.2.1	Analisis Regresi Linear Berganda.....	38
4.3.2.2	Uji t (Pengujian Secara Parsial)	39
4.3.2.3	Uji F (Pengujian Secara Bersama-sama)	39
4.3.2.4	Koefisien Determinasi Berganda	39
4.3.2.5	Analisis Koefisien Determinasi Parsial.....	40
4.3.2.6	Uji Ekonometrika	40
4.3.2.6.1	Uji Multikolinearitas.....	40
4.3.2.6.2	Uji Heterokedastisitas	41
4.3.2.6.3	Uji Autokorelasi	41
4.3.3	Pembahasan.....	41
BAB V.	SIMPULAN DAN SARAN	44
5.1	Simpulan	44
5.2	Saran	44
DAFTAR PUSTAKA	46
LAMPIRAN	47

Daftar Tabel

Tabel 1. Sistem Transportasi.....	12
Tabel 2. Jenis Kelamin Responden.....	36
Tabel 3. Usia Responden.....	36
Tabel 4. Tujuan Responden Menggunakan Jasa Transportasi Jember Taxi.....	37
Tabel 5. Frekuensi Responden Menggunakan Jasa Transportasi Jember Taxi Dalam 1 Minggu.....	37
Tabel 6. Anova.....	39

DAFTAR LAMPIRAN

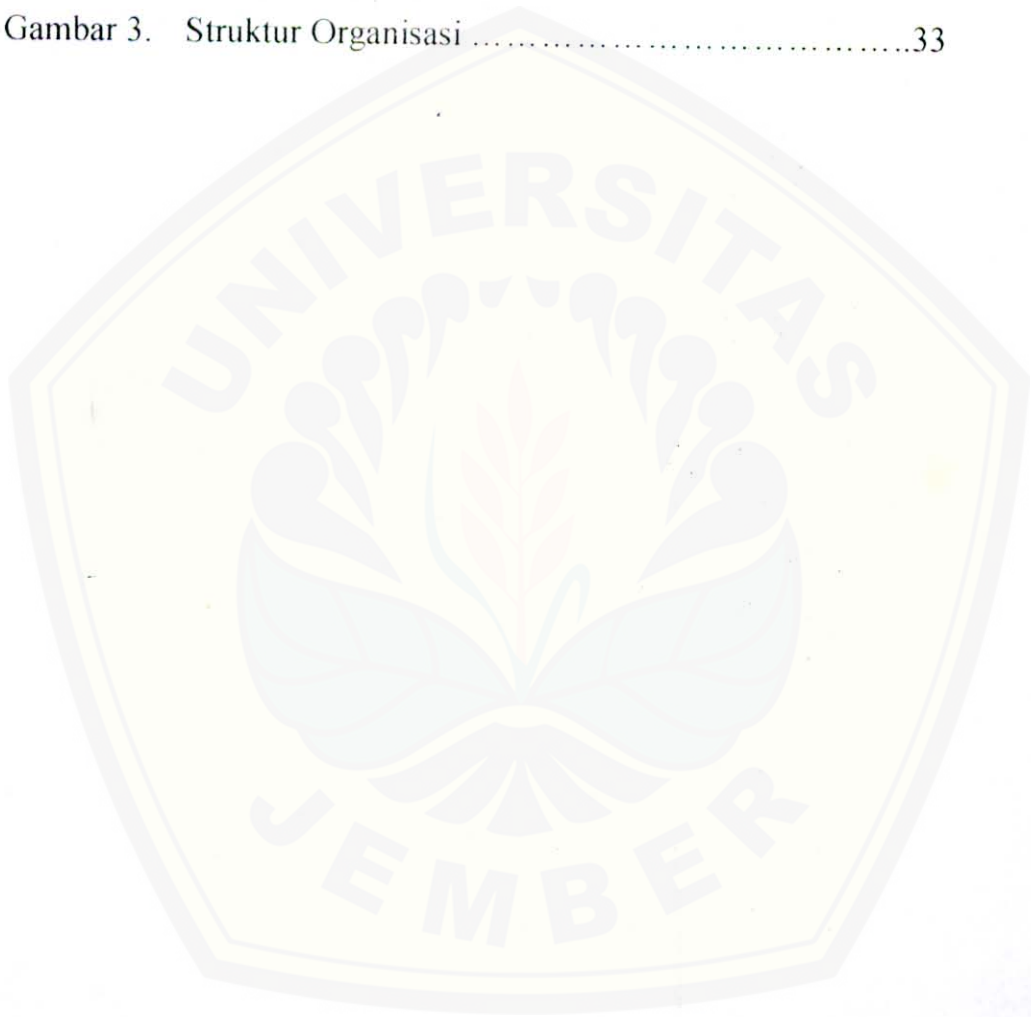
Lampiran 1.	Kuesioner.....	47
Lampiran 2.	Hasil Perhitungan Kuesioner	51
Lampiran 3.	Regression.....	59
Lampiran 4.	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	63
Lampiran 5.	Daftar F Tabel.....	65
Lampiran 6.	Daftar t Tabel.....	66
Lampiran 7.	Tabel DW.....	67





Daftar Gambar

Gambar 1. Tiga Bentuk Pemasaran dalam Industri Jasa.....	9
Gambar 2. Kerangka Pemecahan Masalah.....	28
Gambar 3. Struktur Organisasi	33



BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Setiap Perusahaan didirikan mempunyai tujuan yang telah ditetapkan terlebih dahulu, Sebab tujuan merupakan titik tolak bagi segala pemikiran dalam perusahaan untuk menentukan arah strategis perusahaan. (Sumarni dan Soeprihanto 1997 : 131) mengemukakan bahwa tujuan perusahaan pada umumnya adalah untuk memuaskan kebutuhan dari konsumen dengan nilai-nilai tertentu, disamping itu perusahaan juga bertujuan untuk mendapatkan laba. Sebab laba akan dapat menjamin kelangsungan hidup perusahaan.

Dalam kondisi persaingan yang ketat saat ini, hal utama yang harus diprioritaskan oleh perusahaan transportasi adalah kepuasan pelanggan/penumpang agar dapat bertahan, bersaing dan menguasai pangsa pasar. Pimpinan harus tahu hal-hal apa saja yang dianggap penting oleh para penumpang dan pimpinan berusaha untuk menghasilkan kinerja (*performance*) sebaik mungkin sehingga dapat memuaskan pelanggan.

Kepuasan pelanggan/ penumpang ditentukan oleh kualitas barang atau jasa yang dikehendaki pelanggan, sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi setiap perusahaan, yang pada saat ini menjadi tolok ukur keunggulan daya saing perusahaan.

Pada dasarnya, pengertian kepuasan/ketidak kepuasan pelanggan merupakan perbedaan antara harapan dan kinerja yang dirasakan. Jadi, pengertian kepuasan pelanggan berarti bahwa kinerja suatu barang sekurang-kurangnya sama dengan apa yang diharapkan. Seperti seorang penumpang mengharapkan Taxi datang tepat waktu, akan tetapi kenyataannya sering terlambat, sehingga mengecewakan/ menimbulkan rasa tidak puas.(J. Supranto,2001:224)

Jember merupakan kota terbesar ketiga di Jawa timur dan memiliki kehidupan yang dinamis. Hal itu disebabkan oleh adanya berbagai aktifitas yang setiap harinya dilakukan oleh masyarakat Jember untuk memenuhi kebutuhannya. Kehidupan dinamis ini berdampak pada mobilisasi yang meningkat. Tidak sedikit

masyarakat jember bergantung pada sarana transportasi untuk menunjang aktivitas mereka, baik itu sarana pribadi maupun sarana transportasi umum. Kebutuhan akan transportasi umum merupakan peluang bisnis yang dapat dimanfaatkan, sehingga banyak perusahaan yang muncul, tumbuh dan berkembang pada sektor ini.

Banyaknya perusahaan yang bergerak dalam bidang transportasi di jember menimbulkan persaingan yang ketat, untuk mempertahankan konsumen yang ada bahkan meningkatkan jumlah konsumen yang akan dimiliki. Keadaan ini mendorong perusahaan – perusahaan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan trayek yang menjangkau hampir seluruh daerah di Jember.

Penduduk jember, khususnya konsumen pengguna jasa perusahaan yang bergerak dalam bidang transportasi, menginginkan kepuasan dalam mengkonsumsi jasa tersebut, oleh karena itu perusahaan-perusahaan di Jember berorientasi pada kepuasan pelanggan. Konsumen adalah raja dapat menentukan pilihannya kepada sarana transportasi yang dapat memuaskan kebutuhannya.

Atas dasar penjelasan diatas, perusahaan-perusahaan tersebut dituntut untuk memiliki keunggulan kompetitif. Layanan tidak sebatas pada trayek yang dimiliki tetapi juga pada berbagai faktor agar kepuasan konsumen dapat diraih. Antara lain, konsumen menghendaki keamanan dan kenyamanan dalam menggunakan jasa tersebut.

Kepuasan konsumen perusahaan yang bergerak dalam bidang transportasi di Jember ini, sangat menarik untuk menjadi bahan utama untuk dilakukan penelitian. Secara umum faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan mereka sebagai konsumen dalam mengkonsumsi jasa perusahaan yang bergerak dalam bidang transportasi, khususnya dari Jember Taxi dikelompokkan menjadi lima (5) bagian yaitu : kehandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), empati (emphaty), bukti langsung (tangibel). Kelima hal tersebut menjadi perhatian yang lebih seksama terhadap kepuasan konsumen. Hal itu juga ditegaskan oleh (Philip Kotler:1997), menandakan bahwa kepuasan pelanggan sebagai sikap atau tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan hasil yang ia rasakan dibandingkan harapannya.

1.2. Rumusan Permasalahan

Jember Taxi adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa transportasi dan memiliki armada yang bagus. Jember Taxi juga didalam melayani penumpang selalu mengutamakan kualitas pelayanan yang baik. Mengingat semakin gencarnya tingkat persaingan antar perusahaan yang bergerak dalam bidang transportasi di Jember, maka timbul pokok-pokok permasalahan yang hendak dikaji lebih lanjut dalam penelitian ini, antara lain:

- a. Mengukur pengaruh kelima variabel Reliability(X_1), Responsiveness (X_2), Assurance(X_3), Emphaty(X_4), dan Tangible(X_5) terhadap kepuasan konsumen setelah mengkonsumsi jasa transportasi Jember Taxi di Jember ?
- b. Dari kelima variabel tersebut, variabel yang paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen setelah mengkonsumsi jasa transportasi Jember taxi di Jember ?

1.3. Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh variabel Reliability(X_1), Responsiveness (X_2), Assurance(X_3), Emphaty(X_4), dan Tangible(X_5) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen setelah mengkonsumsi jasa transportasi Jember Taxi di Jember ?
2. Untuk mengetahui dari kelima variabel tersebut, variabel yang paling berpengaruh pada kepuasan konsumen setelah mengkonsumsi jasa transportasi Jember Taxi di Jember ?

1.3.2. Manfaat penelitian

Berdasarkan pada latar belakang, dan rumusan masalah dan tujuan penelitian maka manfaat yang diharap dapat tercapai dalam penelitian ini adalah :

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi perusahaan untuk dijadikan masukan dalam peningkatan kualitas pelayanan, serta dapat berorientasi pada kepuasan konsumennya.

2. Bagi pihak Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan akan dapat memberikan kontribusi bagi ilmu pengetahuan dalam bidang ekonomi, khususnya pada bidang pemasaran yang berorientasi pada bidang konsumen.

3. Bagi Peneliti

Peneliti sendiri mengharapkan, hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat kepada peneliti selanjutnya sebagai bahan referensi untuk mengadakan penelitian sejenis.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Tinjauan Hasil Penelitian

Penelitian tentang perilaku konsumen dalam menentukan kepuasan setelah mengkonsumsi suatu produk, baik itu barang maupun jasa, telah banyak dilakukan oleh para peneliti terdahulu. Pentingnya peneliti terdahulu diungkapkan karena dapat digunakan sebagai bahan acuan untuk menghindari terjadinya replikasi atau bahkan plagiat dari penelitian orang lain yang pernah dilakukan. Pada penelitian ini mengungkapkan tentang dua bagian, Pertama adalah obyek penelitian yakni tentang transportasi, Dan kedua adalah tentang kepuasan konsumen.

Penelitian ini mengacu terhadap penelitian terdahulu dalam bidang transportasi dan memiliki persamaan dan perbedaan, Seperti penelitian yang telah dilakukan oleh Arie Sandra D.M. tahun 2003 dengan judul penelitian “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengambilan keputusan berdasarkan Dimensi kualitas pelayanan dalam Memakai Jasa Transportasi pada PT Eka Sari Lorena di Jember”. Objek pada penelitian ini adalah penyedia jasa transportasi angkutan antar kota antar propinsi (AKAP) yakni PT Eka Sari Lorena. Hasil analisis tentang lima variabel kualitas pelayanan yaitu keandalan, ketanggapan, keyakinan, empati dan berwujud.

Perbedaannya adalah:

a. Terdapat pada uji analisis yang digunakan yaitu uji validitas dengan hasil keseluruhan $r_5 = 0,8115$, uji reliabilitas dengan hasil keseluruhan dari lima variabel = $0,4819$, analisis determinasi berganda dengan hasil keseluruhan $Y = 0,2556$, analisis determinasi parsial dengan hasil keseluruhan $X_1 = 0,403$, $X_2 = 0,387$, $X_3 = 0,522$, $X_4 = 0,543$, $X_5 = 0,634$. Kesimpulan yang didapat secara bersama-sama variabel faktor berwujud sangat berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan dalam menggunakan jasa transportasi Bus Lorena.

Persamaannya adalah:

- a. Sama-sama mengenai perilaku konsumen
- b. Mengenai produk jasa transportasi

Selain itu penelitian yang memiliki objek transportasi juga dilakukan oleh Firman Hakim tahun 2003. judul penelitian yang dilakukan adalah “ Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Transportasi Bus Way di Jakarta”.

Perbedaannya adalah:

a. Terletak pada variabel bebas yang berpengaruh dalam besarnya tingkat kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa transportasi Bus Way yaitu meliputi:

1. Variabel Pelayanan X1
2. Variabel Kenyamanan X2
3. Variabel Keamanan X3

b. Uji analisis data yang digunakan analisis regresi berganda dengan hasil keseluruhan $X1 = 0,186$, $X2 = 0,220$, $X3 = 0,359$. Uji F dengan hasil keseluruhan 91,500 dan terdapat lagi uji lainnya seperti uji t dengan hasil keseluruhan $X1 = 4,434$ $X2 = 5,405$ $X3 = 4,387$, dan variabel yang paling dominan yaitu variabel kenyamanan. Kesimpulan yang dapat diambil dari regresi linear berganda terdapat model regresi linear berganda yang baik sebab uji asumsi klasik menjelaskan bahwa tidak terjadi adanya multikolinearitas, heterokedastisitas, dan autokorelasi.

Persamaannya :

- a. Sama-sama mengenai perilaku konsumen
- b. Mengenai produk jasa transportasi

2.2. Landasan Teori

2.2.1 Pemasaran dan Manajemen pemasaran

Pemasaran merupakan suatu kegiatan manusia yang diarahkan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran barang dan jasa Menurut (Kotler, Philip 1997:8) pemasaran didefinisikan sebagai berikut :

“Pemasaran adalah proses sosial dan Manajerial di mana masing –masing individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran produk yang bernilai tinggi bagi pihak lainnya”.

Definisi berikutnya menurut (Basu Swastha 1992:125), yaitu “Pemasaran adalah kegiatan usaha yang mengarahkan aliran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen atau pemakai”.

Dari kedua definisi diatas dapat disimpulkan bahwa pemasaran mencakup semua usaha yang dimulai dengan mengidentifikasi kebutuhan konsumen yang perlu dipenuhi, menentukan produk yang hendak diproduksi, menentukan harga yang sesuai, menentukan cara-cara promosi dan penyaluran atau penjualan produk tersebut, sehingga dapat dikatakan bahwa pemasaran menciptakan pembeli dan penjual, dimana kedua belah pihak sama-sama mencari kepuasan. Dalam hal ini penjual berusaha untuk mendapatkan laba dan konsumen berusaha untuk mendapatkan hasil atas pengorbanan yang dikeluarkannya untuk mendapatkan barang atau jasa tersebut. Kedua macam kepentingan ini dapat dipertemukan dengan cara mengadakan pertukaran yang saling menguntungkan.

Kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan harus terkoordinasi dan dikelola dengan cara yang baik melalui manajemen yang baik pula, sehingga dikenal istilah manajemen pemasaran. Adapun definisi manajemen pemasaran yang dikemukakan oleh (Kotler, Philip 1997:140) adalah sebagai berikut :

“Manajemen Pemasaran adalah penganalisaan, perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan program-program yang bertujuan menimbulkan pertukaran dengan pasar yang dituju dengan maksud untuk mencapai tujuan perusahaan”.

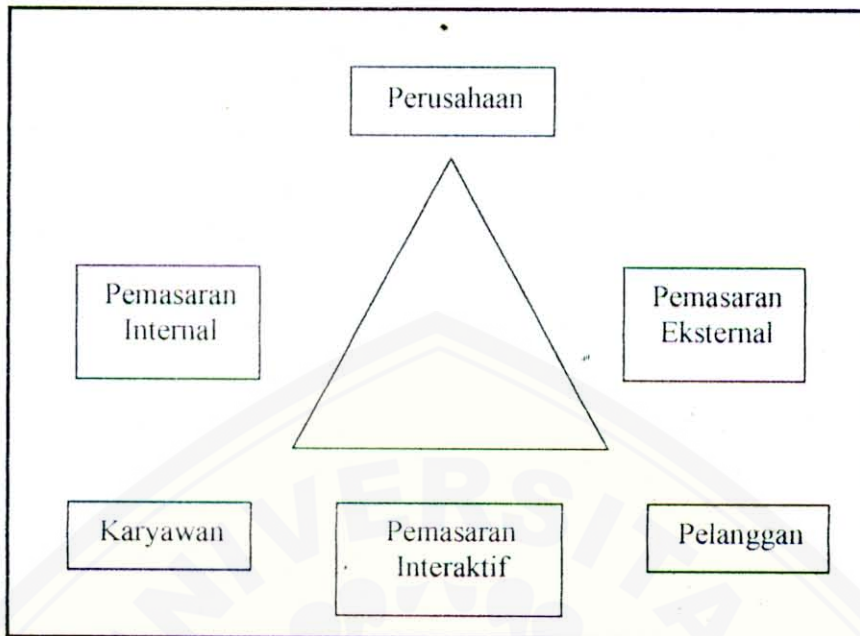
Sehubungan dengan hal itu, Manajer pemasaran mempunyai tugas untuk memilih dan melaksanakan kegiatan pemasaran yang dapat membantu dalam pencapaian tujuan perusahaan serta dalam menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan.

2.2.2 Pemasaran Jasa

Pemasaran di bidang jasa pada dasarnya tidak berbeda dengan bidang manufaktur. Namun adanya perbedaan karakteristik dari produk yang dijual, mengakibatkan perlu adanya modifikasi untuk menyesuaikannya. Walaupun pada dasarnya sama, namun demikian ada empat karakteristik yang berbeda meliputi :

- a. Intangibility (ketidaknyamanan), artinya jasa tidak dapat dilihat, dirasakan, didengar, atau dibaui sebelum dibeli. Untuk mengurangi ketidakpastian, pembeli akan mencari bukti.
- b. Inseparability (tidak terpisahkan), artinya jasa umumnya diproduksi secara khusus dan dikonsumsi pada waktu yang bersamaan. Dengan demikian jika jasa diberikan oleh seseorang, maka orang tersebut adalah merupakan bagian dari jasa tersebut.
- c. Variability (keragaman), artinya jasa sangat beragam karena ia sangat tergantung kepada siapa yang menyediakan jasa dan kapan serta dimana ia disediakan. Pembeli jasa akan berhati-hati sehingga akan berpikir mendalam sebelum memilih seseorang penyedia jasa.
- d. Perishability (tidak tahan lama), artinya jasa tidak dapat disimpan. Keadaan ini membuat perusahaan jasa menghadapi keadaan sulit jika permintaan tersebut berfluktuasi.

(Kotler dan Armstrong 1994:643) mengemukakan bahwa pemasaran jasa tidak hanya membutuhkan pemasaran eksternal tetapi juga memerlukan pemasaran internal dan interaktif. Model tersebut tercermin pada gambar 2.1. Pemasaran internal berarti perusahaan jasa harus secara efektif melatih dan memotivasi karyawan yang melakukan kontak dengan pelanggan dan semua orang dalam perusahaan mendukung pekerjaan tersebut sebagai suatu tim untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan. Jadi, tidak cukup dengan hanya menyerahkan tugas tersebut kepada bagian pemasaran yang melakukan pola pemasaran tradisional.



Gambar 2.1 Tiga Bentuk Pemasaran dalam Industri Jasa

Sumber : Kotler dan Armstrong (1994:643)

Pemasaran eksternal menggambarkan kerja normal yang oleh perusahaan untuk mempersiapkan, menurunkan harga, mendistribusikan dan mempromosikan jasa tersebut kepada konsumen.

Pemasaran interaktif berarti persepsi kualitas layanan(jasa) tergantung pada seberapa dalam interaksi antara penjual dan pembeli. Dalam pemasaran produk, kualitas produk sedikit tergantung pelayanan bagaimana produk tersebut diperoleh. Tetapi dalam pemasaran jasa, kualitas jasa tergantung pada keduanya, yakni tergantung pada pemberi jasa dan kualitas layanan. Pelanggan tidak hanya mengukur dari sudut teknis, tetapi juga kualitas fungsional. Khususnya di bidang jasa, mereka harus ahli dalam melakukan pemasaran interaktif.

Lebih lanjut dapat dijelaskan bahwa dalam bidang transportasi, untuk membangun suatu pemasaran yang berorientasi pada konsumen atau penumpang dapat diterapkan dua strategi, yakni strategi inovasi produk dan strategi membangun kepuasan konsumen.

2.2.3. Kualitas Jasa

Menurut (Kotler dalam Supranto 1997:231) mengemukakan lima dimensi dalam menentukan kualitas jasa yaitu:

- a). Reliability, yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji yang dikeluarkan.
- b). Responsiveness, yaitu respon/ kesigapan karyawan dalam membantu pelayanan dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap.
- c). Assurance, meliputi kemampuan karyawan atas dasar pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas, keramah-tamahan, perhatian, dan kesopanan, dan memberikan keamanan didalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan, serta kemampuan dalam menanamkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan.
- d). Emphaty, yaitu perhatian secara individual yang diberikan perusahaan kepada pelanggan, seperti kemudahan untuk menghubungi perusahaan, kemampuan karyawan untuk berkomunikasi dengan pelanggan, dan kemampuan perusahaan untuk memahami keinginan dan kebutuhan pelangganya.
- e). Tangibles, meliputi penampilan fisik seperti gedung dan ruangan front office, tersedia tempat parkir, kebersihan dan kenyamanan ruangan, kelengkapan perlengkapan komputer dan penampilan karyawan.

2.2.4. Pengertian Kepuasan Konsumen

Setiap orang melakukan pembelian dengan harapan tertentu mengenai apa yang dilakukan oleh produk atau jasa bersangkutan ketika digunakan, dan kepuasan merupakan hasil yang diharapkan. Menurut (Tjiptono,2000) Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan sebagai respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian(*disconfirmation*) yang dipersepsikan antara harapan awal sebelum pembelian (norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakainya. sedangkan menurut (Mowen 2002), merumuskan kepuasan pelanggan sebagai sikap keseluruhan terhadap suatu barang atau jasa setelah perolehan (*acquisition*) dan pemakainya.

2.2.5. Pengertian Transportasi

Tentang pengertian transportasi, beberapa ahli mempunyai pendapat yang berbeda-beda, namun dari perbedaan pendapat para ahli tersebut masih memiliki beberapa persamaan. Menurut (Nasution 1997:8), transportasi diartikan sebagai pemindahan barang dan manusia dari tempat asal ketempat tujuan. Dari pengertian tadi terlihat bahwa terdapat penekanan pada proses pemindahan. Jadi, jika tidak ada perpindahan maka tidak ada transportasi. Sedangkan menurut (salim 1997:6) transportasi adalah kegiatan pemindahan barang (muatan) dan penumpang dari satu tempat ketempat lain. Definisi menurut ahli yang kedua juga menekankan pada perpindahan. Dari definisi yang pertama dan kedua juga memiliki persamaan lain yaitu objek pemindahan tersebut. Objek pemindahan yang dimaksud adalah barang (muatan) dan penumpang (manusia).

2.2.5.1. Sistem Transportasi

Sistem transportasi terdiri atas angkutan muatan (penumpang dan barang) dan manajemen yang mengelola angkutan tersebut.

2.2.5.2. Angkutan Muatan

Sistem yang digunakan untuk mengangkut barang-barang dengan menggunakan alat angkut tersebut dinamakan mode transportasi (*mode of transportation*). Dalam pemanfaatan transportasi ada 3 (tiga) moda yang dapat digunakan (salim, 1997:8), yaitu:

- a. Pengangkutan melalui laut (*sea transportation*)
- b. Pengangkutan melalui darat (kereta api, bus dan truk)
- c. Pengangkutan melalui udara

Tiap moda transportasi mempunyai sifat dan karakteristik yang berbeda antara yang satu dengan yang lain.

2.2.5.3. Manajemen

Manajemen sistem transportasi terdiri dari dua (2) kategori (Salim, 1997:8), yakni :

- a. Manajemen pemasaran dan penjualan jasa angkutan
Manajemen pemasaran bertanggung jawab terhadap pengoperasian dan perusahaan di bidang pengangkutan.
- b. Manajemen lalu lintas angkutan.

Manajemen traffic bertanggung jawab untuk mengatur penyediaan jasa-jasa angkutan yang mengangkut dengan muatan, alat angkut dan biaya-biaya untuk operasi kendaraan.

Tabel 2.1 : Sistem Transportasi

No	Angkutan baran/muatan	No	Manajemen
1.	Transportasi darat (kereta api, bus truk)	1	Manajemen lalu lintas
2.	Angkutan laut (<i>shipping</i>)	2.	Manajemen Angkutan
3.	Angkutan udara		
4.	Sistem angkutan pipa (pertamina)		

Implementasi/ Pelaksanaan

Sumber data: (Salim1997:8)

2.2.6. Fungsi dan Fasilitas Transportasi

Transportasi adalah sebuah proses pemindahan materi baik dari tempat asal ke tempat tujuan sebagaimana telah dijelaskan pada bagian sebelumnya mempunyai fungsi yang cukup vital dalam kehidupan sehari-hari manusia.

Nasution (1997:10) mengemukakan bahwa fungsi transportasi adalah sebagai faktor penunjang pembangunan (*the promoting factor*) dan pemberi jasa (*the servicing sector*) bagi perkembangan ekonomi.

Fasilitas transportasi harus dibangun mendahului proyek-proyek pembangunan. Hal itu disebabkan karena transportasi merupakan infrastruktur dari pembangunan. Jalan harus dibangun terlebih dahulu sebelum melakukan pembangunan proyek pertambangan batu bara atau proyek perkebunan kelapa

sawit. Perluasan dermaga di pelabuhan didahulukan dari pada pembangunan pabrik pupuk yang akan dibangun guna melancarkan pengiriman peralatan pabrik dan bahan baku serta penyaluran hasil produksi ke pasar setelah pabrik beroperasi. Jika kegiatan-kegiatan ekonomi telah berjalan, jasa transportasi perlu terus tersedia untuk menunjang kegiatan-kegiatan tersebut. Demikianlah peranan transportasi tersebut menunjang pembangunan dan melayani perkembangan ekonomi.

2.2.6.1. Pemakai Jasa Transportasi

Sebelumnya telah disinggung diatas, bahwa pengaruh dari pemakai jasa angkutan akan membawa dampak terhadap pengelolaan transportasi.

Tinggi rendahnya demand akan jasa-jasa angkutan tergantung pada pelayanan yang diberikan kepada pengguna jasa. Dengan perkembangan teknologi modern dalam bidang pengangkutan, banyak pengaruhnya pada perdagangan dalam dan luar negeri, pembangunan ekonomi serta penyebaran penduduk ke seluruh wilayah di Indonesia (transmigrasi, wisatawan domestik dan wisatawan mancanegara).

Adapun golongan pemakai jasa angkutan tersebar dalam masyarakat.

Hal ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh (Salim 1997:10) bahwa golongan pemakai jasa angkutan umum terdiri dari :

- a. Perusahaan-perusahaan industri, perusahaan-perusahaan perdagangan, dan lain sebagainya.
- b. Pemakai jasa dari pihak Pemerintah (*government demand*)
- c. Pemakai jasa angkutan dalam masyarakat umum

Dalam rangka pemanfaatan jasa-jasa angkutan agar diusahakan secara efisien dan memberikan pelayanan yang optimal kepada masyarakat pengguna jasa transportasi.

2.2.7. Permintaan dan Penawaran Jasa Transportasi

2.2.7.1. Segi Permintaan (*demand*)

Kebutuhan akan jasa-jasa transportasi ditentukan oleh barang-barang dan penumpang yang akan diangkut dari satu tempat ke tempat yang lain.

Jumlah kapasitas angkutan tersedia dibandingkan dengan kebutuhan terbatas, di samping itu permintaan terhadap jasa transportasi merupakan "Derived demand". Untuk mengetahui berapa jumlah permintaan akan jasa-jasa transportasi sebagai berikut (Salim, 1997:15).

a. Pertumbuhan Penduduk

Pertumbuhan penduduk satu daerah, provinsi dari satu negara akan membawa pengaruh terhadap jumlah jasa angkutan yang dibutuhkan (perdagangan, pertanian, perindustrian dan sebagainya).

b. Pembangunan wilayah dan daerah

Saat ini negara Republik Indonesia dalam proses pembangunan tahap tinggal landas (take off). Dalam rangka pemerataan pembangunan dan penyebaran penduduk diseluruh pelosok Indonesia, transportasi sebagai sarana dan prasarana penunjang untuk memenuhi kebutuhan akan jasa angkutan harus dibarengi sejalan dengan program pembangunan guna memenuhi kebutuhan tersebut.

c. Perdagangan ekspor dan impor

Merupakan satu segi yang menentukan beberapa jumlah jasa transportasi yang diperlukan untuk perdagangan tersebut, umpama jumlah tonnage kapal yang harus disediakan untuk setiap tahunnya (DWT/Ton).

d. Industrialisasi

Proses Industrialisasi disegala sektor ekonomi dewasa ini yang merupakan program pemerintah untuk pemerataan pembangunan, akan membawa dampak terhadap jasa-jasa transportasi yang diperlukan.

Permasalahannya sampai berapa jauh penyediaan jasa-jasa angkutan tersebut dapat dipenuhi oleh karena banyak faktor yang mempengaruhi seperti :

1. Peralatan yang dioperasikan
2. Masalah teknis alat angkut yang digunakan
3. Jumlah alat angkut yang tersedia
4. Masalah pengelolaan pengangkutan (segi manajemen operasional)

e. Transmigrasi dan penyebaran penduduk

Transmigrasi dan penyebaran penduduk keseluruhan daerah di Indonesia salah satu demand yang menentukan banyaknya jasa-jasa angkutan yang harus disediakan oleh perusahaan angkutan. Selain dari pada jasa-jasa angkutan yang disediakan, harus diperhatikan pula keamanan, ketepatan, keteraturan, kenyamanan, dan kecepatan, yang dibutuhkan oleh pengguna jasa transportasi.

f. Analisis dan proyeksi akan permintaan jasa transportasi

Sehubungan dengan faktor-faktor tersebut diatas, untuk memenuhi permintaan akan jasa-jasa transportasi, perlu diadakan perencanaan transportasi yang mantap dan terarah, agar dapat menutupi kebutuhan akan jasa angkutan yang diperlukan oleh masyarakat. Peralatan analisis dan proyeksi, untuk mengetahui berapa permintaan (demand analysis) yang dibutuhkan. Secara makro dapat digunakan untuk mengetahui total permintaan akan jasa transport. Adapun analisis yang digunakan untuk mengukur proyeksi akan permintaan jasa transportasi adalah :

1. Analisis rasio (Ratio Analysis)

Dengan analisis rasio yaitu membandingkan antara kebutuhan dan penyediaan jasa-jasa transportasi setiap bulan kwartal dan tahun, bisa diketahui pertambahan, penurunan, permintaan akan jasa-jasa angkutan tersebut. Metode ini sangat sederhana dan mudah diaplikasikan dalam praktek sehari-hari.

2. Pendekatan secara matematis

Analisis secara matematis hasilnya akan lebih baik dari pada metode rasio, karena dalam hal ini digunakan rumus-rumus matematika/statistik. Salah satu cara yang dapat kita gunakan ialah dengan "analisis garis regresi (*Regression Analysis*), garis regresi memiliki fungsi linear" :

$$Y = a_0 + a_1 x_1 + a_2 x_2 + \dots + a_n x_n + U$$

Y = fungsi linear (misal jumlah trip)

U = menerangkan *random error coefficient* :

a_0 , a_1 dan a_n adalah besarnya (luasnya) error pada U^2

yaitu antara yang aktual dengan yang diramal.

Koefisien merupakan faktor variabel terhadap X, yang menunjukkan adanya perubahan-perubahan atas *depended variabel* pada x. (Salim, 1997:21)

2.2.7.2. Segi Penawaran (*supply*)

Penyediaan jasa-jasa transportasi untuk memenuhi kebutuhan masyarakat ada kaitanya dengan permintaan akan jasa transportasi secara menyeluruh.

Tiap moda transportasi mempunyai sifat, karakteristik dan aspek teknis yang berlainan, dimanan akan mempengaruhi terhadap jasa-jasa angkutan yang ditawarkan oleh pengangkutan. Dari segi penawaran / supply jasa-jasa angkutan dapat dibedakan dari segi :

- a. Peralatan yang digunakan
- b. Kapasitas yang tersedia
- c. Kondisi teknis alat angkut yang digunakan
- d. Produksi jasa yang dapat diserahkan oleh perusahaan kepada konsumen
- e. Sistem pembiayaan dalam pengoperasian alat pengangkutan

Dari segi penyedia jasa harus memperhatikan benar agar pengguna jasa angkutan merasa puas yang berhubungan dengan :

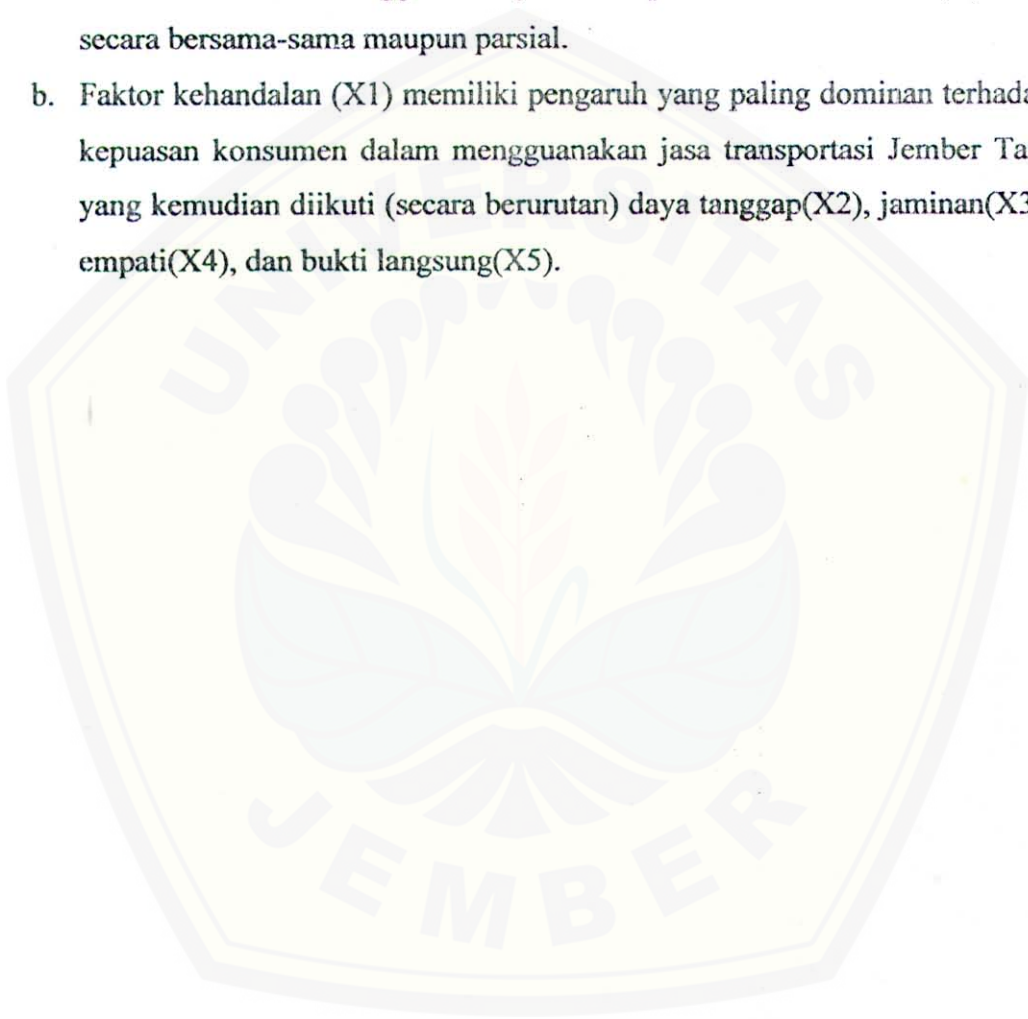
- a. Keamanan
- b. Ketepatan
- c. Keteraturan
- d. Kenyamanan
- e. Kecepatan
- f. Kesenangan
- g. Kepuasan

Telah diuraikan sebelumnya bahwa sifat, karakteristik, aspek teknis moda transportasi tidak sama, dimana dalam pengoperasian masing-masing moda, sistem transportasi akan berbeda yang satu dengan yang lain dilihat dari segi penyedia jasa.

2.3. Hipotesis

Mengacu pada hasil penelitian terdahulu maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah :

- a. Terdapat pengaruh yang signifikan faktor kehandalan X1, daya tanggap X2, jaminan X3, empati X4, dan bukti langsung X5 terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa transportasi Jember Taxi (Y) baik secara bersama-sama maupun parsial.
- b. Faktor kehandalan (X1) memiliki pengaruh yang paling dominan terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa transportasi Jember Taxi yang kemudian diikuti (secara berurutan) daya tanggap(X2), jaminan(X3), empati(X4), dan bukti langsung(X5).



BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Dalam serangkaian kegiatan penelitian, maka adanya metode penelitian merupakan hal yang sangat penting karena metode penelitian berfungsi sebagai alat yang digunakan untuk memperoleh data-data yang diperlukan, guna untuk menyelesaikan persoalan yang menjadi obyek penelitian.

Tujuan dasar penelitian dimaksudkan untuk mendapatkan suatu wawasan yang mendalam mengenai suatu obyek penelitian, sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih jelas sebagai dasar pengambilan keputusan.

3.2 Jenis dan Metode Pengumpulan Data

3.2.1 Jenis Data

1. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari lapangan dengan menggunakan metode yang telah ditentukan seperti menyebarkan kuisioner, mengadakan wawancara serta melakukan observasi. Sumber data untuk jenis data primer ini adalah objek penelitian, responden.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari pihak lain, bukan diusahakan sendiri. Sumber data untuk jenis data sekunder ini adalah bukti-bukti tulisan, jurnal-jurnal, laporan dari pakar atau peneliti dan instansi yang terkait dengan penelitian.

3.2.2 Metode Pengumpulan Data

- a. Wawancara dalam penelitian ini dibagi menjadi dua macam yakni wawancara terstruktur dan wawancara tidak terstruktur. Wawancara terstruktur dilakukan dengan penyebaran kuisioner kepada responden, sedangkan wawancara tidak terstruktur dilakukan dengan wawancara secara langsung tanpa kuisioner kepada responden. Metode ini digunakan untuk mencari data primer.

b. - Observasi

Observasi adalah suatu metode yang digunakan untuk mengamati segala hal yang berkaitan dengan penelitian, baik itu lokasi, waktu dan sebaiknya. Metode ini digunakan untuk memperoleh data primer. Diperoleh dengan cara kunjungan ke instansi terkait.

c. Kuisisioner, yaitu pengumpulan data dengan menggunakan daftar pertanyaan yang dijawab oleh para responden secara tertulis.

d. Studi pustaka, yaitu metode pengumpulan data dengan mempelajari bahan-bahan penelitian dari literatur-literatur penelitian yang berkaitan dengan masalah.

3.3 Metode Penentuan Sampel

Untuk mengambil sampel dalam penelitian ini menggunakan *metode non probability sampling*, Adapun cara yang digunakan adalah cara kuota (Quota Sampling) yaitu, jika riset dilakukan untuk mengkaji suatu fenomena dari beberapa sisi, responden yang akan dipilih adalah orang-orang yang diperkirakan dapat menjawab semua sisi itu (Husein Umar, 2003 : 146) Cara ini digunakan apabila pengambilan sample dilaksanakan berdasarkan pertimbangan tertentu yang ditekankan pada ciri-ciri atau sifat-sifat populasi yang sudah diketahui, yaitu responden merupakan konsumen yang telah atau pernah menggunakan jasa transportasi Jember Taxi.

Dengan dasar kuota, jumlah responden ditetapkan terlebih dahulu kemudian penelitian segera dilakukan bila kuotum telah dipastikan. Mengenai jumlah responden yang digunakan sebagai sampel penelitian ini sebanyak 100 orang dengan periode waktu penelitian menyesuaikan dengan waktu peneliti pada tanggal 1 Juni – 1 Juli 2005 Penelitian ini berlokasi di beberapa tempat pangkalan yaitu, di Jalan Trunojoyo, di depan Hotel Bandung Permai, didepan Nico plaza, diperempatan SMPN 2, dipusat perbelanjaan Matahari serta di depan SMUN 1 Jember. Karena tempat-tempat tersebut sudah ditetapkan oleh perusahaan menjadi tempat pangkalan Jember Taxi atas dasar kebijakan yang diambil oleh perusahaan karena tempat tersebut dianggap sangat strategis untuk mendapatkan dan mencari penumpang.

3.3.1 Teknik Pengukuran

Teknik pengukuran yang digunakan adalah pengukuran ordinal (bertingkat) dan skala yang digunakan adalah skala Likert. Melalui daftar pertanyaan yang ada diperoleh nilai dari masing-masing item dalam setiap variabel. Untuk setiap item dalam daftar pertanyaan menggunakan kriteria pengukuran 5 skala Likert yaitu:

- a. Skor 5 untuk jawaban sangat setuju,
- b. Skor 4 untuk jawaban setuju,
- c. Skor 3 untuk jawaban netral,
- d. Skor 2 untuk jawaban tidak setuju,
- e. Skor 1 untuk jawaban sangat tidak setuju.

(Husein Umar, 2002: 137).

3.4 Metode Analisis Data

Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan bantuan program komputer software SPSS 10.0. tujuannya adalah untuk mendapatkan hasil pengukuran yang akurat, cepat dan lengkap dalam menyelesaikan penelitian.

1. Regresi Linear Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengukur tingkat pengaruh dari faktor kehandalan (X1), daya tanggap(X2), jaminan(X3), empati(X4), bukti langsung(X5) terhadap perilaku kepuasan konsumen setelah menggunakan jasa transportasi Jember Taxi di Jember, yang dapat dilihat melalui suatu keadaan dimana penggunaan produk jasa tersebut akan menghasilkan suatu struktur faktor pengaruh.

Rumus : (J.Supranto,2000:185)

$$Y = b_0 + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5 + e$$

Dimana :

- Y = Kepuasan konsumen setelah menggunakan jasa transportasi Jember Taxi di Jember
- b_0 = Konstanta.
- $b_1 \dots b_5$ = Koefisien regresi.
- X_1 = Kehandalan
- X_2 = Daya tanggap
- X_3 = Jaminan
- X_4 = Empati
- X_5 = Bukti fisik
- e = Faktor pengganggu diluar model

2. Koefisien Determinasi Berganda

Uji koefisien determinasi berganda digunakan untuk mengetahui berapa proporsi sumbangan faktor X_1 (faktor kehandalan), X_2 (faktor daya tanggap), X_3 (faktor jaminan), X_4 (empati), X_5 (bukti fisik). secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen setelah menggunakan jasa transportasi Jember Taxi di Jember.

Rumus : (Damodar Gujarati, 1991:99)

$$R^2 = \frac{b_1 \sum X_1 Y_i + b_2 \sum X_2 Y_i + b_3 \sum X_3 Y_i + b_4 \sum X_4 Y_i + b_5 \sum X_5 Y_i + b_6}{\sum Y_i^2}$$

Dimana:

- R^2 = Koefisien determinan
- $b_1 \dots b_5$ = Koefisien regresi
- $X_1 \dots X_5$ = Variabel independen
- Y_i = Kepuasan konsumen yang diteliti pada periode i .

3. Koefisien Determinasi Parsial.

Koefisien determinasi parsial digunakan untuk mengetahui variabel atau faktor apa yang paling dominan mempengaruhi kepuasan konsumen setelah mengkonsumsi jasa Jember Taxi di Jember. Koefisien Determinasi Parsial ini akan menunjukkan pengaruh masing-masing variabel terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa transportasi Jember Taxi di Jember (satu demi satu), koefisien determinasi parsial tersebut secara matematis dirumuskan oleh (Sudjana 1993:370) sebagai berikut:

$$r^2_{x,y} = \frac{b\{n\sum x_i y_i - (\sum x_i)(\sum y_i)\}}{n\sum Y^2 - (\sum Y)^2}$$

Dimana :

$R^2_{x,y}$ = Koefisien determinan parsial.

b = Koefisien variabel

n = Jumlah pengamat

4. Uji F-Test (Pengujian hipotesa koefisien regresi secara bersama-sama)

Pengujian F-Test ini dimaksudkan untuk mengetahui keberartian pengaruh dari faktor X atau variabel independen terhadap faktor Y atau variabel dependen (J. Supranto, 1992:300)

Untuk perhitungannya dirumuskan sebagai berikut :

$$F_0 = \frac{R^2 / k - 1}{1 - R^2 / nk}$$

Dimana:

k = banyaknya variabel

n = banyaknya observasi

F = pengujian secara serenta

5. Uji t (Pengujian hipotesa koefisien regresi secara individual)

Pengujian ini dimaksudkan untuk mengetahui keberartian pengaruh dan variabel independen secara sendiri-sendiri terhadap variabel Y (J. Supranto, 1992:302)

$$t_0 = \frac{bj - bj_0}{Sbj}$$

Dimana :

t_0 = Pengujian secara parsial

bj = b_1, b_2, b_3, b_4, b_5

Sbj = standar error dari bj

Dengan menggunakan tingkat keyakinan 95 % (*level of significant* = 0,05)

a. Kriteria Pengujian :

H_0 ditolak apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $t_{hitung} < -t_{tabel}$, dengan demikian masing-masing komponen variabel bebas (X) mempunyai pengaruh terhadap variabel terikatnya (Y) (signifikan).

H_0 diterima apabila $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, dengan demikian masing-masing komponen variabel bebas (X) tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel terikatnya (Y) (tidak signifikan).

6. Uji Ekonometrik (Uji Asumsi Klasik)

a. Uji Multikolinearitas

Kolinearitas ganda terjadi apabila terdapat korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna antara variabel bebas, sehingga sulit untuk memisahkan pengaruh tiap-tiap variabel itu secara individu terhadap variabel terikat. Gejala terjadinya hubungan kolinearitas ganda dapat diketahui dengan melihat nilai VIP (*Variance Inflation Factor*) yang diperoleh bila menggunakan program SPSS, dengan ketentuan apabila nilai $VIP > 5$ atau nilai VIF mendekati 10 maka terjadi multi kolinearitas (Gujarati, 1991:299).

b. *Uji Heterokedastisitas*

Heterokedastisitas adalah suatu keadaan dimana varians variabel dalam model tidak sama sehingga estimator yang diperoleh tidak efisien karena varians yang tidak minimum. Pada penelitian ini, adanya heterokedastisitas dapat diketahui dengan analitis residual (Atmaja, 1997:350), yaitu pebedaan antara nilai Y aktual dan nilai Y prediksi (nilai menurut garis regresi). Dalam hal ini variasi dari perbedaan nilai aktual dengan nilai prediksi harus sama untuk semua nilai prediksi Y dengan nilai residual ($Y - Y'$) harus terdistribusi secara normal dengan rata-rata nol (0) dan tidak ditemukan pada pola tertentu.

c. *Uji Autokorelasi*

Asumsi lain yang juga penting adalah bentuk-bentuk residual dari pengamatan yang satu bersifat bebas (tidak berkorelasi) dengan periode pengamatan yang lain. Korelasi ini berkaitan dengan hubungan diantara nilai-nilai yang berurutan dari variabel yang sama. Pengujian yang digunakan ini adalah uji Durbin-Watson untuk mendeteksi adanya korelasi diri dalam setiap model.

Pengujian terhadap adanya autokorelasi dapat digunakan kriteria sebagai berikut (Gujarati 1995:217) :

Jika Hepotesis H_0 menyatakan tidak ada serial korelasi positif, maka apabila :

$d < d_L$: manolak H_0

$d > d_U$: menerima H_0

$d_L < d < d_U$: pengujian tidak meyakinkan

Jika hipotesis H_0 menyatakan tidak ada serial korelasi negatif, maka apabila :

$d > 4 - d_L$: menolak H_0

$d < 4 - d_U$: menerima H_0

$4 - d_U < d < 4 - d_L$: pengujian tidak meyakinkan

Pengujian d_U adalah nilai d Upper atau nilai d batas atas dan d_L merupakan d Lower atau nilai d batas bawah yang diperoleh dari nilai tabel d Durbin-Watson.

3.4 Identifikasi Variabel dan Definisi Operasional Variabel

3.5.1 Identifikasi Variabel

Variabel-variabel yang diteliti mencakup:

1. Kehandalan (X_1)
 - a. Kemampuan memberikan pelayanan yang terbaik
 - b. Keakuratan penyampaian informasi kepada pelanggan, seperti informasi tempat wisata, penginapan, alamat jalan, dan lain-lain.
2. Daya tanggap (X_2)

Yaitu respon atau kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap. Adapun item-itemnya adalah:

 - a. Kesigapan karyawan dalam melayani pelanggan
 - b. Penanganan keluhan pelanggan, setelah menggunakan jasa transportasi tersebut.
3. Jaminan (X_3)

Meliputi kemampuan karyawan atas :

 - a. Kualitas keramah-tamahan, perhatian dan kesopanan dalam memberi pelayanan.
 - b. Kemampuan dalam memberikan keamanan di dalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan.
4. Empati (X_4)

Perhatian secara individual yang diberikan perusahaan kepada pelanggan seperti :

 - a. Kemudahan untuk menghubungi perusahaan.
 - b. Kemampuan karyawan untuk berkomunikasi dengan pelanggan, dan usaha perusahaan untuk memahami keinginan dan kebutuhan pelanggannya.
5. Bukti langsung (X_5)

Meliputi penampilan fasilitas fisik seperti :

- a. Tersedianya kotak PPPK, kebersihan, kerapihan, dan kenyamanan tempat duduknya.
- b. Kelengkapan peralatan komunikasi, AC, dan penampilan pengemudi.

3.5.2 Variabel Tergantung (Y)

Kepuasan konsumen yaitu akhir dari proses pemikiran seseorang tentang suatu masalah untuk merasakan tingkat kepuasan setelah menggunakan jasa transportasi publik atau umum yang disediakan oleh Jember Taxi di Jember. Adapun indikatornya yaitu:

1. Penilaian mengenai kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa Jember Taxi.
2. Penilaian mengenai pengaruh variable kualitas jasa terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa Jember Taxi.
3. Penilaian mengenai kepuasan konsumen untuk menjadi pelanggan tetap pada perusahaan Jember Taxi.
4. Penilaian mengenai kepuasan konsumen setelah menggunakan jasa transportasi Jember Taxi.
5. Penilaian mengenai penampilan fisik Jember Taxi untuk pelayanan terhadap konsumen.

3.5.3 Definisi Operasional

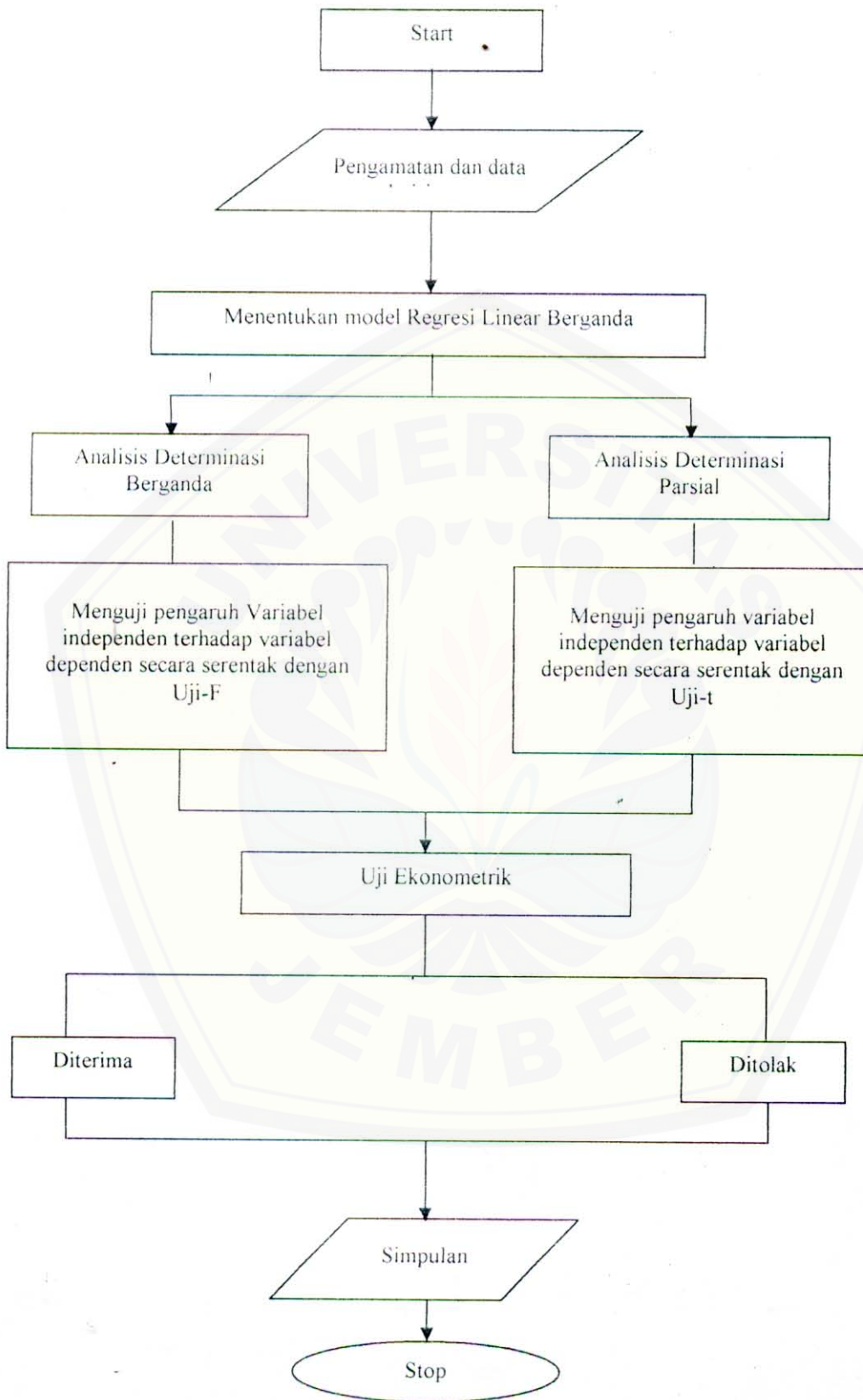
1. Reliability, yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji yang dikeluarkan.
2. Responsiveness, yaitu respon/ kesigapan karyawan dalam membantu pelayanan dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap.
3. Assurance, meliputi kemampuan karyawan atas dasar pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas, keramah-tamahan, perhatian, dan kesopanan, dan memberikan keamanan didalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan, serta kemampuan dalam menanamkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan.
4. Emphaty, yaitu perhatian secara individual yang diberikan perusahaan kepada pelanggan, seperti kemudahan untuk menghubungi perusahaan,

kemampuan karyawan untuk berkomunikasi dengan pelanggan, dan kemampuan perusahaan untuk memahami keinginan dan kebutuhan pelangganya.

5. Tangibles, meliputi penampilan fisik seperti gedung dan ruangan front office, tersedia tempat parkir, kebersihan dan kenyamanan ruangan, kelengkapan perlengkapan komputer dan penampilan karyawan.



3.6 Kerangka Pemecahan Masalah



Keterangan kerangka pemecahan masalah :

1. Mengadakan observasi dan menyebarkan kuisisioner kepada konsumen pengguna jasa transportasi Jember Taxi di Jember yang menjadi sampel dalam penelitian ini.
2. Mencari tingkat pengaruhnya dari variable X1 keandalan, X2 daya tanggap, X3 jaminan, X4 empati, X5 bukti langsung terhadap perilaku konsumen, khususnya kepuasan konsumen yang diterima dalam pemilihan produk jasa transportasi perusahaan tersebut dengan menggunakan metode "Regresi Linier Berganda".
3. Menentukan pengaruh dari variabel X1 keandalan, X2 daya tanggap, X3 jaminan, X4 empati, X5 bukti langsung kepada konsumen terhadap perilaku konsumen, khususnya tingkat kepuasan yang dirasakan setelah mengkonsumsi produk jasa transportasi dari Jember Taxi secara bersama-sama dengan menggunakan "Determinasi Berganda".
4. Pengujian statistik dengan menggunakan uji-F.
5. Menentukan pengaruh yang paling dominan antara variabel X1 keandalan, X2 daya tanggap, X3 jaminan, X4 empati, X5 bukti langsung terhadap perilaku konsumen khususnya kepuasan yang dirasakan setelah mengkonsumsi jasa transportasi Jember Taxi secara individu dengan menggunakan metode "Determinasi Parsial".
6. Pengujian statistik dengan menggunakan uji-t.
7. Jika hasil diatas lebih besar dari table yang diyakini berarti terdapat pengaruh yang nyata terhadap kepuasan konsumen setelah menggunakan jasa transportasi perusahaan tersebut. sebaliknya, jika lebih kecil, berarti faktor-faktor yang diujikan dalam penelitian ini tidak mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen.
8. Menarik kesimpulan dari analisis tersebut dan memberikan saran sesuai dengan perhitungan yang telah dilakukan.

BAB V
SIMPULAN DAN SARAN

5.2 Simpulan.

Berdasarkan hasil analisa data dan pembahasan yang ada maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel-variabel kualitas jasa yang ada digunakan dalam penelitian ini yang memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen mencakup :
 - a. Reliability (X1) memiliki nilai signifikan sebesar 0,487 atau 48,7% terhadap kepuasan konsumen.
 - b. Responsivenees (X2) memiliki nilai signifikan sebesar 0,384 atau 38,4% terhadap kepuasan konsumen.
 - c. Assurance (X3) memiliki nilai signifikan sebesar 0,447= 44,7% terhadap kepuasan konsumen.
 - d. Emphati (X4) memiliki nilai signifikan sebesar 0,345= 34,5% terhadap kepuasan konsumen.
 - e. Tangible (X5) memiliki nilai signifikan sebesar 0,361= 36,1% terhadap kepuasan konsumen.
2. Variabel yang memiliki pengaruh besar terhadap kepuasan konsumen dari kelima variabel yang telah di uraikan diatas adalah variabel Reliability (X1) sebesar 0,487 dengan nilai persentase 48,7%, hal ini berarti variable Reliability (X1) mampu secara maksimal memberikan kontribusi yang baik berupa kepuasan terhadap konsumen pengguna jasa transportasi Jember Taxi.

5.2 Saran.

1. Saran yang dapat diberikan kepada pengelola Jember Taxi dengan mengacu pada hasil perhitungan adalah sebaiknya pihak pengelola mempertahankan dan meningkatkan kualitas variabel Reliability (X1) yang ada. Reliability (X1) memilki pengaruh yang paling besar terhadap kepuasan konsumen, dalam hal ini adalah penumpang. Selain itu, pihak pengelola juga harus mempertahankan kualitas variabel lain dalam melayani penumpangnya.

2. Pihak pengelola tidak boleh berhenti untuk meningkatkan berbagai sarana yang terdapat pada armada agar kenyamanan yang telah diterima dan dirasakan oleh para konsumen semakin meningkat. Kinerja petugas dilapangan dalam melayani konsumen harus terus dievaluasi, untuk mempermudah dan memberikan pelayanan yang baik terhadap konsumen, maka kinerja petugas sangat penting untuk dievaluasi. Untuk itu, agar dapat melayani seluruh warga kota jember dengan optimal, perlengkapan sarana Jember Taxi diharap cepat terpenuhi sehingga akan menjadi suatu jaringan transportasi modern di Indonesia pada umumnya dan di Jember pada khususnya.



**DAFTAR PUSTAKA**

- Firman Hakim. 2003. *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Transportasi TransJakarta (Busway) di Jakarta*. Skripsi. Jember. Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
- Gujarati, D. 1991. *Ekonometrika Dasar*. Edisi Kedua, Jakarta : Erlangga.
- Hussein Umar, 2003, *Riset Pemasaran dan Perilaku konsumen*, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. Jilid 1. Edisi Sembilan. Jakarta : PT. Prenhalindo.
- , 1994. *Perilaku Konsumen*. Jilid 2. Jakarta : Binarupa Aksara.
- Mowen, John C, dan Minor, michael, *Perilaku Konsumen ; Jilid 2 ; Edisi Kelima*; Penerbit Erlangga ; 2002.
- Nasution. 1997. *Manajemen Transportasi*. Jakarta : Graha Indonesia.
- Swastha, B dan Irawan. 1992. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Liberty.
- Supranto, J. 1993. *Statistik : Teori dan Aplikasi*. Edisi kelima. Cetakan kelima. Jilid dua. Jakarta : Erlangga.
- Sudjana. 1993. *Teknik Analisis Regresi dan Korelasi*. Edisi Ketiga' Cetakan Kedua. Bandung.
- Supranto, J. 2001. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan: Untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. PT Rineka Cipta. Jakarta.
- Sandra D.M, Arie. 2003. *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Berdasarkan Dimensi Kualitas dalam Memakai Jasa Transportasi pada PT. Eka Sari Lorena di Jember*. Skripsi. Jember. Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
- Tjiptono, Fandy, *Perspektif Manajemen Pemasaran Kontemporer*, Edisi Pertama, Penerbit Andi, Yogyakarta, 2000.

KUESIONER

Kepada Yth. Bapak/Ibu/Sdr/Sdri

Ditempat

Saya Giovanni Ramadhan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Jember sedang menyusun skripsi dengan judul *“Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Transportasi PT Jember Taxi Di Jember “*

Untuk itu saya mohon dengan hormat kepada Bapak/Ibu/Sdr/Sdri berkenan memberikan pendapat kepada kuesioner yang saya berikan.

Hal-hal yang berkaitan dengan identitas diri Bapak/Ibu/Sdr/Sdri akan saya rahasiakan. Atas kesediaan dan kerjasamanya saya sampaikan banyak terima kasih.

Hormat Saya,

Giovanni Ramadhan

DAFTAR KUESIONER

Jawablah pertanyaan ini dengan benar

Latar Belakang Responden

No Responden :

Nama :

Umur :

Jenis Kelamin :

Pendidikan :

Alamat :

Berilah tanda silang (x) pada jawaban yang Anda pilih

a. Variabel bebas (independen)

Keandalan (X_1)

1. Menurut anda apakah perusahaan Jember Taxi memberikan pelayanan sesuai dengan janji yang ditawarkan :

- | | |
|------------------|------------------------|
| a. Sangat sesuai | d. Tidak sesuai |
| b. Sesuai | e. Sangat tidak sesuai |
| c. Netral | |

2. Menurut anda apakah karyawan perusahaan Jember taxi menyampaikan informasi yang akurat :

- | | |
|------------------|------------------------|
| a. Sangat akurat | d. Tidak akurat |
| b. Akurat | e. Sangat tidak akurat |
| c. Netral | |

Daya Tanggap (X_2)

3. Menurut anda apakah karyawan selalu sigap dalam melayani konsumen :

- | | |
|-----------------|-----------------------|
| a. Sangat sigap | d. Tidak sigap |
| b. Sigap | e. Sangat tidak sigap |
| c. Netral | |

4. Menurut anda apakah karyawan selalu memperhatikan keluhan setiap konsumen :
- a. Sangat memperhatikan
 - b. Memperhatikan
 - c. Netral
 - d. Tidak memperhatikan
 - e. Sangat tidak memperhatikan

Jaminan (X₃)

5. Menurut anda apakah karyawan selalu bersikap ramah dan sopan dalam memberikan pelayanan :
- a. Sangat ramah
 - b. Ramah
 - c. Netral
 - d. Tidak ramah
 - e. Sangat tidak ramah
6. Menurut anda apakah karyawan baik dalam memberikan keamanan dalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan :
- a. Sangat baik
 - b. Baik
 - c. Netral
 - d. Tidak baik
 - e. Sangat tidak baik

Empati (X₄)

7. Menurut anda apakah dalam menghubungi layanan perusahaan mudah :
- a. Sangat mudah
 - b. Mudah
 - c. Netral
 - d. Tidak mudah
 - e. Sangat tidak mudah
8. Menurut anda karyawan memiliki kemampuan dalam berkomunikasi :
- a. Sangat memiliki
 - b. Memiliki
 - c. Netral
 - d. Tidak memiliki
 - e. Sangat tidak memiliki

Bukti langsung (X₅)

9. Menurut anda kebersihan armada sangat diperhatikan oleh karyawan :
- a. Sangat setuju
 - b. Setuju
 - c. Netral
 - d. Tidak setuju
 - e. Sangat tidak setuju

10. Menurut anda kenyamanan dan kelengkapan fasilitas dalam armada sangat baik :

- a. Sangat baik
- b. Baik
- c. Netral
- d. Tidak baik
- e. Sangat tidak baik

B. Variabel Terikat

11. Apakah anda puas setelah menggunakan jasa Jember taxi :

- a. Sangat puas
- b. Puas
- c. Netral
- d. Tidak puas
- e. Sangat tidak puas

12. Menurut anda kualitas jasa pada perusahaan Jember taxi berpengaruh terhadap kepuasan anda dalam menggunakan jasa Jember taxi :

- a. Sangat berpengaruh
- b. Berpengaruh
- c. Netral
- d. Tidak berpengaruh
- e. Sangat tidak berpengaruh

13. Menurut anda, anda akan menjadi pelanggan tetap pada perusahaan Jember taxi :

- a. Sangat setuju
- b. Setuju
- c. Netral
- d. Tidak setuju
- e. Sangat tidak setuju

14. Menurut anda, bukti fisik pada perusahaan Jember Taxi sudah memenuhi syarat:

- a. Sangat memenuhi
- b. Memenuhi
- c. Netral
- d. Tidak memenuhi
- e. Sangat tidak memenuhi

15. Menurut anda, kepuasan yang diperoleh dari Jember Taxi selalu tercipta:

- a. Sangat tercipta
- b. Tercipta
- c. Netral
- d. Tidak tercipta
- e. Sangat tidak tercipta

HASIL PERHITUNGAN QUISIONER (X1)

No. Responden	Kehandalan		Total	No. Responden	Kehandalan		Total
	X1				X1		
	X1.1	X1.2			X1.1	X1.2	
1	4	3	7	51	4	4	8
2	5	4	9	52	4	4	8
3	4	4	8	53	5	4	9
4	4	4	8	54	4	4	8
5	5	4	9	55	4	4	8
6	5	4	9	56	3	3	6
7	4	3	7	57	4	4	8
8	4	3	7	58	4	4	8
9	5	4	9	59	4	3	7
10	4	4	8	60	4	4	8
11	4	4	8	61	4	3	7
12	4	3	7	62	5	4	9
13	3	3	6	63	4	3	7
14	3	3	6	64	4	4	8
15	4	4	8	65	4	4	8
16	5	4	9	66	4	3	7
17	4	4	8	67	4	4	8
18	5	4	9	68	4	4	8
19	4	4	8	69	4	4	8
20	4	4	8	70	4	4	8
21	4	4	8	71	4	4	8
22	4	4	8	72	4	4	8
23	4	4	8	73	4	4	8
24	4	4	8	74	4	4	8
25	4	4	8	75	4	4	8
26	4	4	8	76	4	4	8
27	5	4	9	77	3	3	6
28	4	4	8	78	4	4	8
29	4	4	8	79	4	4	8
30	4	4	8	80	4	4	8
31	4	4	8	81	4	4	8
32	4	4	8	82	4	4	8
33	4	4	8	83	5	4	9
34	5	4	9	84	5	4	9
35	4	4	8	85	4	4	8
36	4	4	8	86	4	4	8
37	5	4	9	87	4	4	8
38	4	4	8	88	4	4	8
39	4	4	8	89	4	4	8
40	4	3	7	90	4	4	8
41	4	4	8	91	5	4	9
42	4	4	8	92	5	4	9
43	4	4	8	93	4	4	8
44	4	4	8	94	4	4	8
45	4	4	8	95	5	4	9
46	4	4	8	96	5	4	9
47	3	3	6	97	4	4	8
48	4	4	8	98	4	4	8
49	4	4	8	99	5	4	9
50	4	4	8	100	4	4	8

HASIL PERHITUNGAN QUISSIONER (X2)

No. Responden	Daya Tanggap X2		Total	No. Responden	Daya Tanggap X2		Total
	X2.1	X2.2			X2.1	X2.2	
1	4	4	8	51	4	4	8
2	5	4	9	52	5	4	9
3	4	4	8	53	5	4	9
4	4	4	8	54	4	4	8
5	4	4	8	55	4	4	8
6	4	4	8	56	5	4	9
7	4	3	7	57	5	4	9
8	4	3	7	58	4	4	8
9	5	4	9	59	3	3	6
10	4	4	8	60	4	3	7
11	4	4	8	61	4	4	8
12	4	4	8	62	5	4	9
13	5	4	9	63	4	4	8
14	3	3	6	64	5	4	9
15	4	4	8	65	5	4	9
16	5	4	9	66	4	4	8
17	5	4	9	67	4	4	8
18	4	4	8	68	4	4	8
19	4	4	8	69	4	4	8
20	4	3	7	70	4	4	8
21	4	3	7	71	4	4	8
22	5	4	9	72	4	4	8
23	4	4	8	73	4	4	8
24	4	4	8	74	5	4	9
25	4	4	8	75	5	4	9
26	4	4	8	76	4	4	8
27	4	4	8	77	4	3	7
28	4	4	8	78	3	3	6
29	4	4	8	79	3	3	6
30	4	4	8	80	5	4	9
31	4	4	8	81	4	4	8
32	4	4	8	82	4	3	7
33	3	3	6	83	4	4	8
34	5	4	9	84	4	4	8
35	4	4	8	85	5	4	9
36	4	4	8	86	4	3	7
37	5	4	9	87	5	4	9
38	4	4	8	88	5	4	9
39	4	4	8	89	5	4	9
40	4	4	8	90	5	4	9
41	4	4	8	91	5	3	8
42	4	4	8	92	4	4	8
43	4	4	8	93	3	3	6
44	5	4	9	94	5	4	9
45	5	4	9	95	4	4	8
46	4	4	8	96	4	4	8
47	4	3	7	97	5	4	9
48	4	4	8	98	5	4	9
49	5	4	9	99	5	4	9
50	4	4	8	100	4	4	8

HASIL PERHITUNGAN QUISIONER (X3)

No. Responden	Jaminan X3		Total	No. Responden	Jaminan X3		Total
	X3.1	X3.2			X3.1	X3.2	
1	4	4	8	51	5	4	9
2	5	4	9	52	4	4	8
3	5	4	9	53	4	4	8
4	4	4	8	54	4	4	8
5	4	4	8	55	4	4	8
6	5	4	9	56	4	4	8
7	4	4	8	57	4	4	8
8	4	4	8	58	4	4	8
9	5	4	9	59	3	3	6
10	4	4	8	60	4	4	8
11	4	4	8	61	4	3	7
12	5	4	9	62	4	4	8
13	4	3	7	63	4	4	8
14	4	4	8	64	5	4	9
15	4	3	7	65	5	4	9
16	4	4	8	66	4	4	8
17	4	3	7	67	3	3	6
18	4	4	8	68	4	4	8
19	4	3	7	69	5	4	9
20	4	4	8	70	4	4	8
21	4	4	8	71	4	4	8
22	4	4	8	72	4	4	8
23	4	4	8	73	5	4	9
24	4	4	8	74	4	4	8
25	5	4	9	75	4	4	8
26	5	4	9	76	4	4	8
27	5	4	9	77	4	4	8
28	4	4	8	78	4	4	8
29	3	3	6	79	4	4	8
30	4	4	8	80	4	4	8
31	4	4	8	81	4	4	8
32	5	4	9	82	4	4	8
33	3	3	6	83	4	4	8
34	4	4	8	84	3	3	6
35	4	4	8	85	5	4	9
36	4	4	8	86	4	4	8
37	5	4	9	87	4	4	8
38	4	4	8	88	5	4	9
39	4	4	8	89	5	4	9
40	4	4	8	90	4	4	8
41	4	4	8	91	5	4	9
42	4	4	8	92	4	4	8
43	5	4	9	93	4	4	8
44	4	4	8	94	4	4	8
45	4	4	8	95	5	4	9
46	4	4	8	96	4	3	7
47	4	4	8	97	4	4	8
48	4	4	8	98	5	4	9
49	5	4	9	99	4	4	8
50	4	4	8	100	4	4	8

HASIL PERHITUNGAN QUISIONER (X4)

No. Responden	Empati X4		Total	No. Responden	Empati X4		Total
	X4.1	X4.2			X4.1	X4.2	
1	4	3	7	51	4	4	8
2	4	4	8	52	4	5	9
3	4	4	8	53	4	4	8
4	4	4	8	54	4	4	8
5	4	4	8	55	4	4	8
6	4	4	8	56	4	4	8
7	4	4	8	57	4	4	8
8	4	4	8	58	4	4	8
9	4	4	8	59	3	4	7
10	4	4	8	60	4	3	7
11	4	4	8	61	4	4	8
12	4	4	8	62	4	4	8
13	4	4	8	63	4	3	7
14	4	4	8	64	5	4	9
15	4	4	8	65	4	4	8
16	4	4	8	66	5	3	8
17	4	4	8	67	4	4	8
18	4	4	8	68	5	4	9
19	4	4	8	69	4	4	8
20	3	4	7	70	3	2	5
21	4	4	8	71	4	4	8
22	4	4	8	72	4	4	8
23	4	4	8	73	3	3	6
24	4	4	8	74	4	4	8
25	4	4	8	75	3	3	6
26	4	4	8	76	4	4	8
27	4	4	8	77	4	4	8
28	4	4	8	78	4	4	8
29	4	4	8	79	5	4	9
30	4	4	8	80	4	4	8
31	4	4	8	81	3	3	6
32	5	4	9	82	3	3	6
33	5	4	9	83	5	4	9
34	4	4	8	84	4	4	8
35	4	4	8	85	5	4	9
36	4	4	8	86	4	4	8
37	4	4	8	87	5	4	9
38	4	4	8	88	5	4	9
39	4	4	8	89	4	4	8
40	4	4	8	90	4	4	8
41	4	4	8	91	4	4	8
42	3	3	6	92	4	4	8
43	3	3	6	93	4	4	8
44	5	4	9	94	4	4	8
45	5	4	9	95	5	4	9
46	4	4	8	96	4	4	8
47	4	4	8	97	4	4	8
48	4	4	8	98	5	4	9
49	4	4	8	99	5	4	9
50	4	4	8	100	5	4	9

HASIL PERHITUNGAN QUISONER (X5)

No. Responden	Bukti Langsung X5		Total	No. Responden	Bukti Langsung X5		Total
	X5.1	X5.2			X5.1	X5.2	
1	4	4	8	51	4	4	8
2	4	4	8	52	4	4	8
3	4	4	8	53	4	4	8
4	4	4	8	54	4	4	8
5	4	4	8	55	4	4	8
6	4	4	8	56	4	4	8
7	4	4	8	57	5	4	9
8	4	4	8	58	4	4	8
9	4	4	8	59	3	4	7
10	4	4	8	60	4	4	8
11	4	4	8	61	4	4	8
12	4	3	7	62	4	3	7
13	4	4	8	63	4	4	8
14	3	4	7	64	5	4	9
15	4	4	8	65	4	3	7
16	5	4	9	66	4	3	7
17	4	4	8	67	4	4	8
18	4	3	7	68	4	4	8
19	4	4	8	69	4	4	8
20	4	4	8	70	5	4	9
21	4	4	8	71	4	4	8
22	4	4	8	72	4	4	8
23	4	4	8	73	4	4	8
24	4	4	8	74	4	4	8
25	4	4	8	75	4	4	8
26	4	4	8	76	4	4	8
27	4	4	8	77	4	4	8
28	4	3	7	78	4	4	8
29	4	4	8	79	4	4	8
30	5	4	9	80	4	4	8
31	5	4	9	81	4	4	8
32	4	4	8	82	4	4	8
33	4	4	8	83	4	4	8
34	4	3	7	84	3	3	6
35	4	4	8	85	4	4	8
36	4	4	8	86	4	3	7
37	4	4	8	87	4	4	8
38	5	4	9	88	3	3	6
39	4	4	8	89	4	4	8
40	5	4	9	90	4	4	8
41	4	4	8	91	4	4	8
42	4	4	8	92	5	4	9
43	4	3	7	93	3	2	5
44	4	3	7	94	4	4	8
45	4	4	8	95	4	4	8
46	4	4	8	96	3	2	5
47	4	4	8	97	5	4	9
48	4	4	8	98	5	4	9
49	5	4	9	99	4	4	8
50	4	4	8	100	5	4	9

HASIL PERHITUNGAN QUISSIONER (Y)

No. Responden	Kepuasan Konsumen Y					Total
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	
1	4	4	4	4	3	19
2	5	5	4	4	4	22
3	5	4	4	4	4	21
4	4	4	4	4	4	20
5	4	4	4	4	4	20
6	4	4	4	4	4	20
7	4	4	4	4	3	19
8	4	4	4	4	3	19
9	5	5	4	4	4	22
10	4	4	4	4	4	20
11	4	4	4	4	4	20
12	5	4	4	4	3	20
13	4	4	4	4	3	19
14	4	4	3	3	3	17
15	4	4	4	4	3	19
16	4	4	4	4	3	19
17	4	4	4	4	3	19
18	5	4	4	4	4	21
19	4	4	4	4	3	19
20	4	4	4	4	3	19
21	4	4	4	4	3	19
22	4	4	4	4	4	20
23	4	4	4	4	4	20
24	5	4	4	4	4	21
25	5	4	4	4	4	21
26	4	4	4	4	4	20
27	5	4	4	4	4	21
28	4	4	4	4	3	19
29	5	4	4	4	4	21
30	5	4	4	4	4	21
31	5	4	4	4	4	21
32	5	4	4	4	4	21
33	4	4	4	4	4	20
34	5	4	4	4	4	21
35	4	4	4	4	4	20
36	4	4	4	4	4	20
37	5	5	4	4	4	22
38	4	4	4	4	4	20
39	4	4	4	4	4	20
40	4	4	4	4	4	20
41	4	4	4	4	4	20
42	4	4	4	3	3	18
43	4	4	4	4	3	19
44	5	4	4	4	4	21
45	5	4	4	4	4	21
46	4	4	4	4	4	20
47	4	4	4	3	3	18

Digital Repository Universitas Jember

No. Responden	Kepuasan Konsumen					Total
	Y					
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	
48	4	4	4	4	4	20
49	5	5	5	4	4	23
50	4	4	4	4	4	20
51	5	4	4	4	4	21
52	4	4	4	4	4	20
53	5	4	4	4	4	21
54	4	4	4	4	4	20
55	4	4	4	4	4	20
56	4	4	4	4	3	19
57	4	4	4	4	4	20
58	4	4	4	4	4	20
59	4	4	3	3	3	17
60	4	4	4	4	3	19
61	5	4	4	4	4	21
62	5	4	4	4	4	21
63	4	4	4	4	4	20
64	4	4	4	4	4	20
65	4	4	4	4	4	20
66	4	4	4	4	4	20
67	4	4	4	4	3	19
68	4	4	4	4	3	19
69	5	4	4	4	4	21
70	4	4	4	4	4	20
71	4	4	4	4	3	19
72	4	4	4	4	4	20
73	4	4	4	4	4	20
74	4	4	4	4	4	20
75	4	4	4	4	4	20
76	4	4	4	4	4	20
77	4	4	4	3	3	18
78	4	4	4	4	4	20
79	4	4	4	4	4	20
80	4	4	4	4	4	20
81	4	4	4	4	4	20
82	4	4	4	3	3	18
83	5	4	4	4	4	21
84	4	4	4	4	3	19
85	5	5	4	4	4	22
86	4	4	4	4	4	20
87	4	4	4	4	4	20
88	5	4	4	4	4	21
89	5	4	4	4	4	21
90	4	4	4	4	4	20
91	5	4	4	4	4	21
92	4	4	4	4	4	20
93	4	4	3	3	3	17
94	4	4	4	4	4	20
95	5	4	4	4	4	21
96	4	4	4	3	3	18
97	4	4	4	4	4	20

No. Responden	Kepuasan Konsumen					Total
	Y					
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	
98	5	5	4	4	4	22
99	5	4	4	4	4	21
100	4	4	4	4	4	20



Regression

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Y	19,99	1,087	100
X1	7,99	,689	100
X2	8,09	,793	100
X3	8,07	,700	100
X4	7,96	,737	100
X5	7,91	,712	100

Correlations

		Y	X1	X2	X3	X4	X5
Pearson Correlation	Y	1,000	,458	,540	,466	,327	,325
	X1	,458	1,000	,298	,169	,118	-,043
	X2	,540	,298	1,000	,280	,162	,211
	X3	,466	,169	,280	1,000	,045	,155
	X4	,327	,118	,162	,045	1,000	-,007
	X5	,325	-,043	,211	,155	-,007	1,000
Sig. (1-tailed)	Y		,000	,000	,000	,000	,000
	X1	,000		,001	,046	,120	,335
	X2	,000	,001		,002	,054	,017
	X3	,000	,046	,002		,330	,062
	X4	,000	,120	,054	,330		,473
	X5	,000	,335	,017	,062	,473	
N	Y	100	100	100	100	100	100
	X1	100	100	100	100	100	100
	X2	100	100	100	100	100	100
	X3	100	100	100	100	100	100
	X4	100	100	100	100	100	100
	X5	100	100	100	100	100	100

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X5, X4, X1, X3, X2		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Y

Model Summary^a

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				Durbin-Watson	
					R Square Change	F Change	df1	df2		Sig. F Change
1	,762 ^a	,580	,558	,723	,580	25,995	5	94	,000	1,796

a. Predictors: (Constant), X5, X4, X1, X3, X2

b. Dependent Variable: Y

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	67,891	5	13,578	25,995	,000 ^a
	49,099	94	,522		
Total	116,990	99			

a. Predictors: (Constant), X5, X4, X1, X3, X2

b. Dependent Variable: Y

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Sid. Error				Beta	Zero-order	Partial	Part	Tolerance
1	(Constant)	3,781	1,492	2,533	,013					
	X1	,487	,112	4,348	,000	,458	,409	,291	,885	1,130
	X2	,384	,102	3,764	,000	,540	,362	,251	,807	1,240
	X3	,447	,109	4,093	,000	,466	,389	,273	,902	1,109
	X4	,345	,100	3,444	,001	,327	,335	,230	,967	1,034
	X5	,361	,106	3,409	,001	,325	,332	,228	,930	1,076

a. Dependent Variable: Y

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions					
				(Constant)	X1	X2	X3	X4	X5
1	1	5,970	1,000	,00	,00	,00	,00	,00	,00
	2	,009	26,188	,00	,06	,01	,04	,41	,35
	3	,008	27,855	,00	,20	,18	,04	,31	,22
	4	,006	31,228	,01	,03	,67	,42	,01	,02
	5	,006	32,771	,01	,48	,14	,38	,06	,14
	6	,002	56,376	,98	,22	,00	,12	,20	,27

a. Dependent Variable: Y

Casewise Diagnostics^{a,b}

Case Number	Std. Residual	Y
16	-3,054	19,000

a. Dependent Variable: Y

b. When values are missing, the substituted mean has been used in the statistical computation.

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	17,12	21,51	19,99	,828	100
Std. Predicted Value	-3,466	1,838	,000	1,000	100
Standard Error of Predicted Value	,074	,343	,164	,067	100
Adjusted Predicted Value	17,14	21,62	19,99	,826	100
Residual	-2,207	1,959	,000	,704	100
Std. Residual	-3,054	2,711	,000	,974	100
Stud. Residual	-3,158	2,811	-,001	1,015	100
Deleted Residual	-2,359	2,151	-,001	,765	100
Stud. Deleted Residual	-3,322	2,922	,000	1,032	100
Mahal. Distance	,056	21,268	4,950	4,859	100
Cook's Distance	,000	,168	,015	,032	100
Centered Leverage Value	,001	,215	,050	,049	100

a. Dependent Variable: Y

Regression

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
[e]	,5302320	,46039944	100
X1	7,99	,689	100
X2	8,09	,793	100
X3	8,07	,700	100
X4	7,96	,737	100
X5	7,91	,712	100

Correlations

		[e]	X1	X2	X3	X4	X5
Pearson Correlation	[e]	1,000	,038	,014	-,078	,033	,049
	X1	,038	1,000	,298	,169	,118	-,043
	X2	,014	,298	1,000	,280	,162	,211
	X3	-,078	,169	,280	1,000	,045	,155
	X4	,033	,118	,162	,045	1,000	-,007
	X5	,049	-,043	,211	,155	-,007	1,000
Sig. (1-tailed)	[e]		,353	,445	,221	,372	,316
	X1	,353		,001	,046	,120	,335
	X2	,445	,001		,002	,054	,017
	X3	,221	,046	,002		,330	,062
	X4	,372	,120	,054	,330		,473
	X5	,316	,335	,017	,062	,473	
N	[e]	100	100	100	100	100	100
	X1	100	100	100	100	100	100
	X2	100	100	100	100	100	100
	X3	100	100	100	100	100	100
	X4	100	100	100	100	100	100
	X5	100	100	100	100	100	100

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X5, X4, X1, X3, X2 ^b		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: [e]

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	,118 ^a	,014	-,038	,46915739	,014	,268	5	94	,930

a. Predictors: (Constant), X5, X4, X1, X3, X2

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	,295	5	,059	,268	,930 ^a
	Residual	20,690	94	,220		
	Total	20,985	99			

a. Predictors: (Constant), X5, X4, X1, X3, X2

b. Dependent Variable: [e]

Coefficients^a

Model	(Constant)	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	,264	,969			,273	,786
	X1	,035	,073	,052		,476	,635
	X2	,005	,066	,008		,071	,944
	X3	-,066	,071	-,100		-,929	,355
	X4	,019	,065	,031		,293	,770
	X5	,042	,069	,065		,610	,543

a. Dependent Variable: [e]

Lampiran 5

Daftar F_{tabel} untuk 5%

df untuk penyebut	df untuk pembilang							
	1	2	3	4	5	6	7	8
1	161,446	199,499	215,707	224,583	230,160	233,988	236,767	238,884
2	18,513	19,000	19,164	19,247	19,296	19,329	19,353	19,371
3	10,128	9,552	9,277	9,117	9,013	8,941	8,887	8,845
4	7,709	6,944	6,591	6,388	6,256	6,163	6,094	6,041
5	6,608	5,786	5,409	5,192	5,050	4,950	4,876	4,818
6	5,987	5,143	4,757	4,534	4,387	4,284	4,207	4,147
7	5,591	4,737	4,347	4,120	3,972	3,866	3,787	3,726
8	5,318	4,459	4,066	3,838	3,688	3,581	3,500	3,438
9	5,117	4,256	3,863	3,633	3,482	3,374	3,293	3,230
10	4,965	4,103	3,708	3,478	3,326	3,217	3,135	3,072
11	4,844	3,982	3,587	3,357	3,204	3,095	3,012	2,948
12	4,747	3,885	3,490	3,259	3,106	2,996	2,913	2,849
13	4,667	3,806	3,411	3,179	3,025	2,915	2,832	2,767
14	4,600	3,739	3,344	3,112	2,958	2,848	2,764	2,699
15	4,543	3,682	3,287	3,056	2,901	2,790	2,707	2,641
16	4,494	3,634	3,239	3,007	2,852	2,741	2,657	2,591
17	4,451	3,592	3,197	2,965	2,810	2,699	2,614	2,548
18	4,414	3,555	3,160	2,928	2,773	2,661	2,577	2,510
19	4,381	3,522	3,127	2,895	2,740	2,628	2,544	2,477
20	4,351	3,493	3,098	2,866	2,711	2,599	2,514	2,447
21	4,325	3,467	3,072	2,840	2,685	2,573	2,488	2,420
22	4,301	3,443	3,049	2,817	2,661	2,549	2,464	2,397
23	4,279	3,422	3,028	2,796	2,640	2,528	2,442	2,375
24	4,260	3,403	3,009	2,776	2,621	2,508	2,423	2,355
25	4,242	3,385	2,991	2,759	2,603	2,490	2,405	2,337
26	4,225	3,369	2,975	2,743	2,587	2,474	2,388	2,321
27	4,210	3,354	2,960	2,728	2,572	2,459	2,373	2,305
28	4,196	3,340	2,947	2,714	2,558	2,445	2,359	2,291
29	4,183	3,328	2,934	2,701	2,545	2,432	2,346	2,278
30	4,171	3,316	2,922	2,690	2,534	2,421	2,334	2,266
40	4,085	3,232	2,839	2,606	2,449	2,336	2,249	2,180
50	4,034	3,183	2,790	2,557	2,400	2,286	2,199	2,130
60	4,001	3,150	2,758	2,525	2,368	2,254	2,167	2,097
70	3,978	3,128	2,736	2,503	2,346	2,231	2,143	2,074
80	3,960	3,111	2,719	2,486	2,329	2,214	2,126	2,056
90	3,947	3,098	2,706	2,473	2,316	2,201	2,113	2,043
91	3,946	3,097	2,705	2,472	2,315	2,200	2,112	2,042
92	3,945	3,095	2,704	2,471	2,313	2,199	2,111	2,041
93	3,943	3,094	2,703	2,470	2,312	2,198	2,110	2,040
94	3,942	3,093	2,701	2,469	2,311	2,197	2,109	2,038
95	3,941	3,092	2,700	2,467	2,310	2,196	2,108	2,037
96	3,940	3,091	2,699	2,466	2,309	2,195	2,106	2,036
97	3,939	3,090	2,698	2,465	2,308	2,194	2,105	2,035
98	3,938	3,089	2,697	2,465	2,307	2,193	2,104	2,034
99	3,937	3,088	2,696	2,464	2,306	2,192	2,103	2,033
100	3,936	3,087	2,696	2,463	2,305	2,191	2,103	2,032

Daftar t_{tabel}

2 tile (dua arah)

df	25%	20%	15%	10%	5%	1%
1	2,414	3,078	4,165	6,314	12,706	63,656
2	1,604	1,886	2,282	2,920	4,303	9,925
3	1,423	1,638	1,924	2,353	3,182	5,841
4	1,344	1,533	1,778	2,132	2,776	4,604
5	1,301	1,476	1,699	2,015	2,571	4,032
6	1,273	1,440	1,650	1,943	2,447	3,707
7	1,254	1,415	1,617	1,895	2,365	3,499
8	1,240	1,397	1,592	1,860	2,306	3,355
9	1,230	1,383	1,574	1,833	2,262	3,250
10	1,221	1,372	1,559	1,812	2,228	3,169
11	1,214	1,363	1,548	1,796	2,201	3,106
12	1,209	1,356	1,538	1,782	2,179	3,055
13	1,204	1,350	1,530	1,771	2,160	3,012
14	1,200	1,345	1,523	1,761	2,145	2,977
15	1,197	1,341	1,517	1,753	2,131	2,947
16	1,194	1,337	1,512	1,746	2,120	2,921
17	1,191	1,333	1,508	1,740	2,110	2,898
18	1,189	1,330	1,504	1,734	2,101	2,878
19	1,187	1,328	1,500	1,729	2,093	2,861
20	1,185	1,325	1,497	1,725	2,086	2,845
21	1,183	1,323	1,494	1,721	2,080	2,831
22	1,182	1,321	1,492	1,717	2,074	2,819
23	1,180	1,319	1,489	1,714	2,069	2,807
24	1,179	1,318	1,487	1,711	2,064	2,797
25	1,178	1,316	1,485	1,708	2,060	2,787
26	1,177	1,315	1,483	1,706	2,056	2,779
27	1,176	1,314	1,482	1,703	2,052	2,771
28	1,175	1,313	1,480	1,701	2,048	2,763
29	1,174	1,311	1,479	1,699	2,045	2,756
30	1,173	1,310	1,477	1,697	2,042	2,750
31	1,172	1,309	1,476	1,696	2,040	2,744
32	1,172	1,309	1,475	1,694	2,037	2,738
33	1,171	1,308	1,474	1,692	2,035	2,733
34	1,170	1,307	1,473	1,691	2,032	2,728
35	1,170	1,306	1,472	1,690	2,030	2,724
36	1,169	1,306	1,471	1,688	2,028	2,719
37	1,169	1,305	1,470	1,687	2,026	2,715
38	1,168	1,304	1,469	1,686	2,024	2,712
39	1,168	1,304	1,468	1,685	2,023	2,708
40	1,167	1,303	1,468	1,684	2,021	2,704
50	1,164	1,299	1,462	1,676	2,009	2,678
60	1,162	1,296	1,458	1,671	2,000	2,660
70	1,160	1,294	1,456	1,667	1,994	2,648
80	1,159	1,292	1,453	1,664	1,990	2,639
90	1,158	1,291	1,452	1,662	1,987	2,632
91	1,158	1,291	1,452	1,662	1,986	2,631
92	1,158	1,291	1,452	1,662	1,986	2,630
93	1,158	1,291	1,452	1,661	1,986	2,630
94	1,158	1,291	1,451	1,661	1,986	2,629
95	1,157	1,291	1,451	1,661	1,985	2,629
96	1,157	1,290	1,451	1,661	1,985	2,628
97	1,157	1,290	1,451	1,661	1,985	2,627
98	1,157	1,290	1,451	1,661	1,984	2,627
99	1,157	1,290	1,451	1,660	1,984	2,626
100	1,157	1,290	1,451	1,660	1,984	2,626

Tabel DW

Statistik d dari Durbin-Watson : Titik penting dari d_L dan d_U pada tingkat penting 0,05

n	k' = 1		k' = 2		k' = 3		k' = 4		k' = 5	
	d_L	d_U	d_L	d_U	d_L	d_U	d_L	d_U	d_L	d_U
15	1,08	1,36	0,95	1,54	0,82	1,75	0,69	1,97	0,56	2,21
16	1,10	1,37	0,98	1,54	0,86	1,73	0,74	1,93	0,62	2,15
17	1,13	1,38	1,02	1,54	0,90	1,71	0,78	1,90	0,67	2,10
18	1,16	1,39	1,05	1,53	0,93	1,69	0,82	1,87	0,71	2,06
19	1,18	1,40	1,08	1,53	0,97	1,68	0,86	1,85	0,75	2,02
20	1,20	1,41	1,10	1,54	1,00	1,68	0,90	1,83	0,79	1,99
21	1,22	1,42	1,13	1,54	1,03	1,67	0,93	1,81	0,83	1,96
22	1,24	1,43	1,15	1,54	1,05	1,66	0,96	1,80	0,86	1,94
23	1,26	1,44	1,17	1,54	1,08	1,66	0,99	1,79	0,90	1,92
24	1,27	1,45	1,19	1,55	1,10	1,66	1,01	1,78	0,93	1,90
25	1,29	1,45	1,21	1,55	1,12	1,65	1,04	1,77	0,95	1,89
26	1,30	1,46	1,22	1,55	1,14	1,65	1,06	1,76	0,98	1,88
27	1,32	1,47	1,24	1,56	1,16	1,65	1,08	1,76	1,01	1,86
28	1,33	1,48	1,26	1,56	1,18	1,65	1,10	1,75	1,03	1,85
29	1,34	1,48	1,27	1,56	1,20	1,65	1,12	1,74	1,05	1,84
30	1,35	1,49	1,28	1,57	1,21	1,65	1,14	1,74	1,07	1,83
31	1,36	1,50	1,30	1,57	1,23	1,65	1,16	1,74	1,09	1,83
32	1,37	1,50	1,31	1,57	1,24	1,65	1,18	1,73	1,11	1,82
33	1,38	1,51	1,32	1,58	1,26	1,65	1,19	1,73	1,13	1,81
34	1,39	1,51	1,33	1,58	1,27	1,65	1,21	1,73	1,15	1,81
35	1,40	1,52	1,34	1,58	1,28	1,65	1,22	1,73	1,16	1,80
36	1,41	1,52	1,35	1,59	1,29	1,65	1,24	1,73	1,18	1,80
37	1,42	1,53	1,36	1,59	1,31	1,66	1,25	1,72	1,19	1,80
38	1,43	1,54	1,37	1,59	1,32	1,66	1,26	1,72	1,21	1,79
39	1,43	1,54	1,38	1,60	1,33	1,66	1,27	1,72	1,22	1,79
40	1,44	1,54	1,39	1,60	1,34	1,66	1,29	1,72	1,23	1,79
45	1,48	1,57	1,43	1,62	1,38	1,67	1,34	1,72	1,29	1,78
50	1,50	1,59	1,46	1,63	1,42	1,67	1,38	1,72	1,34	1,77
55	1,53	1,60	1,49	1,64	1,45	1,68	1,41	1,72	1,38	1,77
60	1,55	1,62	1,51	1,65	1,48	1,69	1,44	1,73	1,41	1,77
65	1,57	1,63	1,54	1,66	1,50	1,70	1,47	1,73	1,44	1,77
70	1,58	1,64	1,55	1,67	1,52	1,70	1,49	1,74	1,46	1,77
75	1,60	1,65	1,57	1,68	1,54	1,71	1,51	1,74	1,49	1,77
80	1,61	1,66	1,59	1,69	1,56	1,72	1,53	1,74	1,51	1,77
85	1,62	1,67	1,60	1,70	1,57	1,72	1,55	1,75	1,52	1,77
90	1,63	1,68	1,61	1,70	1,59	1,73	1,57	1,75	1,54	1,78
95	1,64	1,69	1,62	1,71	1,60	1,73	1,58	1,75	1,53	1,78
100	1,65	1,69	1,63	1,72	1,61	1,74	1,59	1,76	1,57	1,78

Catatan: n = banyaknya observasi

k' = banyaknya variabel yang menjelaskan yang tidak termasuk dalam unsur konstanta

Sumber : J. Durbin dan G.S Watson, "Testing for Serial Correlation in Least Squares Regression", *Biometrika*, vol. 38, hal. 159 - 177, 1951. Dicitak kembali dengan seizin pengarang dan trustee *Biometrika*.



SURAT KETERANGAN
No : 59 / V / PA - JT / VII / 2005

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Drs. Abas Aries Dh.
Jabatan : Direktur
Nama Perusahaan : CV. PRATAMA ABADI (Jember Taksi)
Alamat : Bumi Kaliwates Center Kav. 1
No. 235 - B Jember

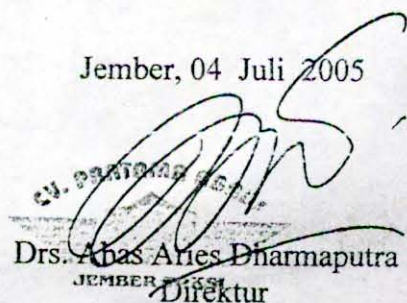
Dengan ini menerangkan dengan sesungguhnya bahwa :

Nama : Giovanni Ramadhan
N. I. M : 000 - 278
Fakultas / Jurusan : Ekonomi Manajemen
Universitas Jember

Telah melakukan penelitian di Perusahaan kami CV. PRATAMA ABADI / Unit layanan jasa Transportasi " Jember Taksi " guna penyusunan Skripsi.

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya untuk dipergunakan dengan sebagaimana mestinya.

Jember, 04 Juli 2005



Drs. Abas Aries Dharmaputra
JEMBER TAKSI
Direktur