

ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN UNTUK MENGGUNAKAN JASA KERETA API KOMUTER TUJUAN LAMONGAN- SURABAYA

Ambar Isti Fatma dan Saino

Prodi Pendidikan Tata Niaga, Jurusan Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi

Universitas Negeri Surabaya

e-mail : crp_sakura@yahoo.co.id

Abstract

Marketing has the aim to meeting the need, desires and cunsomer expectations. Expected with studying the behavior of consumer, entrepreneur are able to know abaout the need, desire and the expectations of consumer who intended to able so that give statisfaction to consumer. This research was done for knows the factors which influence the consumer decisions to use the services of komuter's train transportation with destination from Lamongan- Surabaya. This research use the observation, quesioner, interview, study of literature and internet acces methods. Quisioner's method consist of 213 respondent from passanger of komuter's train with destination from Lamongan- Surabaya. The testing is use factor analysis which a in to looking for the dominant factors. Mean while, the technic of data analysis using factor analysis. Factors had been influence the consumer (passager of komuter's train) choose the komuter's train with destination from Lamongan- Surabaya are comfortable, safety, price, times accuracy, services and activity. Mean while, the factor are must dominant is comfortable's factor with PTC of varians 27,127%.

Keyword : factor analysis, consumer decision, komuter's train

Abstrak

Pemasaran memiliki tujuan memenuhi kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen. Diharapkan dengan mempelajari perilaku konsumen, pengusaha mampu mengetahui kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen yang dituju sehingga mampu memberikan kepuasan kepada konsumennya. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor- faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk menggunakan jasa transportasi kereta api komuter tujuan Lamongan- Surabaya. Penelitian ini menggunakan metode observasi, angket, wawancara, studi kepustakaan dan akses internet. Metode angket menyertakan 213 responden dari penumpang kereta api komuter tujuan Lamongan- Surabaya. Pengujiannya menggunakan analisis faktor yang bertujuan untuk mencari faktor dominan. Sedangkan dalam teknik analisis data menggunakan analisis faktor. Faktor- faktor yang telah mempengaruhi konsumen (penumpang kereta api komuter) dalam memilih menggunakan kereta api komuter tujuan Lamongan- Surabaya adalah kenyamanan, keamanan, harga, ketepatan waktu, pelayanan dan pekerjaan. Sedangkan faktor yang paling dominan yaitu faktor kenyamanan dengan nilai total varian sebesar 27, 127%.

Kata Kunci : analisis faktor, keputusan pembelian, kereta api komuter

PENDAHULUAN

Perubahan jaman dan perkembangan tingkat aktifitas masyarakat yang serba cepat saat ini diakui maupun tidak ternyata telah membawa perubahan dan tatanan baru dalam segala bidang, termasuk diantaranya adalah perubahan tingkat kebutuhan dan aktifitas ekonomi masyarakat, kondisi ini menuntut masyarakat untuk bekerja dan melakukan segala aktifitasnya secara cepat, tepat dan cermat agar mampu memenuhi segala kebutuhannya. Untuk menunjang terpenuhinya kebutuhan masyarakat dalam memenuhi segala aktifitasnya tersebut, keberadaan alat transportasi dirasa sangat penting sekali, khususnya alat transportasi umum yang murah dan mudah dijangkau oleh masyarakat Indonesia saat ini.

Gerbang Kertosusila yang meliputi daerah Gresik, Bangkalan, Mojokerto, Surabaya, Sidoarjo, Lamongan merupakan kawasan metropolitan terbesar kedua setelah Jabodetabek. Sehingga masalah transportasi di Gerbang Kertosusila menjadi masalah yang penting. Sebagian besar masyarakat menggunakan transportasi jalan raya sebagai pilihan utama, sehingga penggunaan kendaraan pribadi meningkat secara signifikan dan pada akhirnya menyebabkan penurunan tingkat pelayanan jalan raya.

Untuk menyeimbangi dan menekan laju peningkatan pengguna angkutan pribadi di jalan raya, harus dilakukan perbaikan sistem angkutan umum berdasarkan kemampuan angkut yang besar, kecepatan yang tinggi, keamanan dan kenyamanan perjalanan yang memadai. Karena digunakan masyarakat umum, maka idealnya alat transportasi dengan biaya yang terjangkau oleh pengguna angkutan tersebut. Oleh karena itu harus ada sistem transportasi baru yang tidak terikat oleh jalan raya yang memenuhi persyaratan itu. Permasalahan transportasi dipengaruhi oleh pertumbuhan ekonomi dimana menyebabkan mobilitas seseorang meningkat sehingga kebutuhan pergerakannyapun meningkat, melebihi kapasitas prasarana transportasi yang ada (Tamin, Ozyar 1997:381)

Kereta api merupakan jenis moda transportasi yang berkapasitas besar, tarif yang murah, dan waktu tempuh yang lebih cepat dibanding dengan moda transportasi jalan raya. Hal tersebutlah yang menjadi salah satu alasan PT KAI (persero) mengeluarkan model pengangkutan baru yaitu kereta api komuter. Karena komuter adalah alat transportasi bersama melalui jalur rel kereta api, sehingga tidak mengganggu kelancaran lalu lintas jalan raya. Selain itu kereta api komuter adalah kereta penumpang

yang membawa penumpang di dalam wilayah perkotaan.

Kereta api kelas ekonomi sebagai salah satu penyedia jasa transportasi darat yang menurut persepsi masyarakat tarifnya relatif lebih murah jika dibandingkan dengan transportasi lain, ternyata mampu menjadi salah satu alternatif alat transportasi yang banyak diminati masyarakat. Setiap tahun jumlah penumpang kereta api mengalami peningkatan. Pada saat hari libur panjang/ hari raya orang berebut naik kereta, mengantri tiket sampai berhari-hari.

Hal ini terjadi karena jenis sarana transportasi darat yang mampu mengangkut penumpang maupun barang dalam jumlah besar tersebut mempunyai keunggulan tersendiri yang tidak dimiliki alat transportasi lain disatu sisi, meskipun di sisi lain banyak sekali kelemahannya seperti adanya copet baik di stasiun maupun selama perjalanan, penumpang yang berdesak-desakan, jumlah tempat duduk yang terbatas sehingga mengakibatkan calon penumpang berebut untuk mendahului masuk kereta untuk bisa mendapatkan tempat duduk, kereta terkadang datang terlambat dan sebagainya, ternyata hal tersebut tidaklah berpengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat untuk tetap memilih menggunakan jasa angkutan kereta api komuter tujuan Lamongan- Surabaya.

Dari uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan Judul “Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Untuk Menggunakan Jasa Transportasi Kereta Api (studi pada kereta api komuter tujuan Lamongan-Surabaya)

Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang dan identifikasi masalah diatas, dapat ditarik suatu rumusan masalah sebagai berikut :

Faktor apakah yang mempengaruhi konsumen untuk menggunakan jasa transportasi kereta api komuter tujuan Lamongan- Surabaya?

Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka dapat diketahui tujuan dari penelitian adalah sebagai berikut:

Menemukan faktor yang mempengaruhi konsumen untuk menggunakan jasa transportasi kereta api komuter tujuan Lamongan- Surabaya.

KAJIAN PUSTAKA

1. Perilaku Konsumen

Dalam Sumarwan (2004: 25) Schiffman dan Kanuk mendefinisikan perilaku konsumen sebagai berikut: “*The*

term customer behavior refers to the behavior that consumers display in searching for, purchasing, using, evaluating, and disposing of product and services that they expect will satisfy their needs. Istilah perilaku konsumen diartikan sebagai perilaku yang diperlihatkan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka.

Menurut Lamb, Hair & McDaniel (2001: 188) perilaku konsumen adalah proses seorang pelanggan dalam membuat keputusan membeli, juga untuk menggunakan dan membuang barang-barang dan jasa yang dibeli, juga termasuk faktor-faktor yang mempengaruhi kegiatan pembelian dan penggunaan produk. Beberapa definisi lainnya dalam Sumarwan (2004: 25) dan perilaku konsumen dikemukakan oleh penulis berikut: Proses pengambilan keputusan dan aktivitas fisik dalam mengevaluasi, memperoleh, menggunakan dan menghabiskan barang atau jasa (Loundon dan Della-Bitta, 1984), tindakan tersebut pada saat sebelum membeli, ketika membeli, menggunakan, menghabiskan produk dan jasa setelah mereka melakukan hal-hal di atas atau kegiatan mengevaluasi. Maka

dapat disimpulkan perilaku konsumen adalah semua kegiatan yang dilakukan pada saat akan melakukan proses pembelian atas barang dan jasa.

2. Model Perilaku Konsumen

Menurut model perilaku konsumen yang dikemukakan oleh Henry Assael terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen. Dengan model perilaku konsumen yang sederhana Henry Assael menunjukkan bahwa interaksi antara pemasar dengan konsumen perlu dilakukan karena dapat menimbulkan adanya proses untuk merasakan dan mengevaluasi informasi merek produk, mempertimbangkan berbagai alternatif merek dapat memenuhi kebutuhan konsumen dan pada akhirnya memutuskan merek apa yang akan dibeli konsumen.

Model perilaku konsumen menurut Kotler (2007:183) yang dimaksud adalah model rangsangan tanggapan. Rangsangan tanggapan ini dilakukan untuk mengetahui reaksi konsumen terhadap berbagai bentuk rangsangan pemasaran (*marketing mix*) yang terdiri dari ekonomi, teknologi, politik dan kebudayaan. Seluruh rangsangan ini melewati kotak hitam pembeli yang mencakup karakteristik pembeli dan proses kebutuhan pembeli yang selanjutnya menghasilkan keputusan dari

pembeli yang meliputi: pilihan produk, pilihan harga, pilihan penyalur, waktu pembelian dan jumlah pembelian

3. Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Faktor- faktor yang dikemukakan oleh Philip Kotler (2002) masih terdiri dari faktor internal dan eksternal. Faktor-faktor tersebut adalah:

a) Faktor Kebudayaan

Faktor budaya memiliki pengaruh luas terhadap perilaku konsumen. Kebudayaan sendiri memiliki pengertian seperangkat nilai, persepsi, keinginan, dan perilaku dasar yang dipelajari seorang anggota masyarakat dari keluarga dan lembaga- lembaga kemasyarakatan penting lainnya. Kebudayaan merupakan faktor penentu keinginan dan perilaku seseorang yang paling mendasar. Perilaku manusia akan sangat dipengaruhi oleh kebudayaan dimana ia bertempat tinggal dan pengaruh tersebut akan terus ada dan terus berubah mengikuti perkembangan zaman. Dalam faktor kebudayaan ini terdapat sub budaya dan kelas sosial. Sub budaya dapat terdiri dari kebangsaan, agama, kelompok ras dan daerah geografis. Kemudian untuk kelas sosial pada dasarnya

semua masyarakat memiliki strata sosial yang berbeda- beda, yaitu golongan bawah, golongan menengah dan golongan atas.

b) Faktor Sosial

Perilaku seorang konsumen dipengaruhi faktor- faktor sosial seperti kelompok acuan, keluarga, peran dan status sosial. Kelompok acuan terdiri dari semua kelompok yang memiliki pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang. Kelompok referensi dibagi menjadi 2 (dua) kelompok yaitu kelompok primer dan kelompok sekunder. Kelompok primer meliputi keluarga, teman, tetangga, rekan kerja. Kelompok sekunder meliputi kelompok keagamaan, profesional dan sebagainya.

c) Faktor Pribadi

Keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi. Karakteristik tersebut meliputi usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan dan keadaan ekonomi, gaya hidup dan nilai, serta kepribadian dan konsep diri.

4. Keputusan Pembelian

Amirullah (2002:61)

mengemukakan bahwa pengambilan keputusan dapat diartikan sebagai proses

penilaian dan pemilihan dari berbagai alternatif sesuai dengan kepentingan-kepentingan tertentu dengan menetapkan suatu pilihan yang dianggap paling menguntungkan.

J. Paul Peter dan Jerry C. Olson (dalam Amirullah,2002:61) menyatakan bahwa pengambilan keputusan konsumen adalah suatu proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya.

5. Transportasi

Transportasi dapat didefinisikan sebagai usaha memindahkan, menggerakkan, mengangkut atau mengalihkan suatu objek dari suatu tempat ke tempat yang lain, dimana di tempat lain ini objek tersebut lebih bermanfaat atau berguna untuk tujuan-tujuan tertentu. (Miro, Fidel 2004:4)

Transportasi merupakan kegiatan perpindahan barang dari satu tempat (asal) dan tempat lain (tujuan) dengan menggunakan sarana (kendaraan) yang harus diperhatikan adalah keseimbangan antara kapasitas moda angkutan (armada) dengan jumlah (volume) barang maupun orang tidak terangkut atau keduanya dijelaskan kedalam kendaraan yang ada. (Warpani, 2002:19)

6. Kereta Komuter

Kereta komuter adalah sistem transportasi berbasis kereta api yang menghubungkan daerah bisnis pusat (*central business district*) di perkotaan dengan kawasan- kawasan pinggiran kota (Lloyd Wright and Karl Fjellstrom, 2003).

Berikut beberapa keunggulan dan kelemahan dari kereta komuter (Lloyd Wright and Fjellstrom, 2003)

a. Keunggulan kereta komuter:

- 1) Memiliki kapasitas angkut yang lebih besar dibandingkan dengan angkutan umum lainnya, misalnya bus sehingga dapat memindahkan penumpang dalam jumlah besar dari suatu tempat ke tempat lain.
- 2) Memiliki jalur khusus, sehingga tidak mengganggu pengguna jalan lain
- 3) Waktu tempuh relatif lebih cepat dibandingkan dengan angkutan lain untuk tujuan yang sama.

b. Kelemahan kereta komuter:

- 1) Daerah jangkauannya kurang luas, tidak dapat menjangkau daerah-daerah pelosok karena kereta ini hanya diperuntukkan untuk menjangkau daerah- daerah tertentu saja.
- 2) Jadwal kereta, penumpang harus mau menyesuaikan diri dengan jadwal yang ada dan harus menunggu

dengan sabar jika kereta tersebut mengalami keterlambatan

Karakteristik komuter:

Berdasarkan teori yang ada, sebuah kereta komuter mempunyai beberapa persyaratan atau kriteria, antara lain (*Rapid Transit Commuter & Intercity Rail, & High Speed Rail Systems*) (Lloyd Wright and Karl Fjellstrom, 2003):

- a. Stasiun antara yang satu dengan yang lain berjarak antara 3-20 miles (4,8-32,2 km)
- b. Fasilitas toilet di dalam kereta untuk mengantisipasi perjalanan yang cukup jauh
- c. Kapasitas tempat duduk yang mencukupi untuk menghindari adanya penumpang yang berdiri karena tidak mendapatkan tempat duduk.
- d. Kecepatan berjalannya lebih dari 80 miles/ hour (128,7 km/jam)

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode analisis faktor. Menurut Malhotra (2006:288), analisis faktor adalah nama umum yang menyatakan sebuah kelas prosedur yang digunakan terutama untuk reduksi data dan perangkuman data.

Populasi adalah totalitas dari semua obyek atau individu yang akan diteliti yang

mana memiliki karakteristik tertentu, jelas dan lengkap. Kriteria populasi dalam penelitian ini adalah semua pengguna jasa transportasi kereta api komuter tujuan Lamongan- Surabaya minimal 1 kali. Jumlah populasi dalam penelitian ini dapat dilihat dari rata- rata jumlah tiket yang terjual pada setiap jadwal keberangkatan kereta yakni sebanyak 270 tiket. Karena kereta api komuter tujuan Lamongan- Surabaya berangkat 2 kali dalam sehari yakni pagi dan sore sehingga dapat diperkirakan jumlah populasi sebanyak 540 penumpang per hari dan 3.780 penumpang per minggu

Sampel merupakan bagian dari populasi yang diambil melalui cara- cara tertentu yang juga memiliki karakteristik tertentu, jelas dan lengkap yang dianggap bisa mewakili populasi. Sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini diambil dari populasi orang-orang yang pernah menggunakan jasa Kereta Api Komuter tujuan Lamongan- Surabaya. Jumlah sampel dalam penelitian ini mengacu pada jumlah penentuan besarnya sampel yang dikemukakan dalam Sugiyono. Penelitian ini merupakan penelitian sosial sehingga menggunakan tingkat kesalahan 5%, dari jumlah populasi sebesar 540 maka jumlah sampel sebesar 213 penumpang.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara, angket dan dokumentasi yang diberikan kepada responden. Teknik analisis data (a) Uji

validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan. Setelah pengujian validitas maka akan diuji validitas butir dari angket. Dalam penelitian ini menggunakan program SPSS 16 for Windows. (b) Uji Reliabilitas dimaksudkan untuk mengetahui adanya konsistensi alat ukur dalam penggunaannya atau dengan kata lain alat ukur tersebut mempunyai hasil yang konsisten apabila digunakan berkali-kali pada waktu yang berbeda. (c) Analisis Faktor yang meliputi : (1) Merumuskan Masalah. Tujuan analisis faktor harus diidentifikasi. Variabel yang digunakan harus dipertimbangkan dan dispesifikasikan oleh peneliti melalui teori atau peneliti sebelumnya. (2) Menyusun Matriks Korelasi. Proses analisis faktor didasarkan pada korelasi antar variabel atau objek faktor yang dibentuk adalah variabel-variabel yang berkorelasi signifikan. Untuk menguji faktor yang dibentuk berdasarkan korelasi antar variabel, maka digunakan KMO (*Kaiser Meyer Olkin*) atau *Barlett's Test*. Untuk mengukur kecukupan sampling (sampling adequacy). Indeks ini membandingkan besarnya koefisien korelasi terobservasi dengan besarnya koefisien parsial. Bila nilai $KMO > 0,5$ maka penelitian tersebut tepat menggunakan analisis faktor. (3) Metode

Ekstraksi dalam Analisis Faktor. Menentukan bahwa banyaknya faktor harus minimum dengan memperhitungkan varian maksimum dalam data yang dipergunakan didalam analisis faktor maka metode yang digunakan adalah *principle component* dan *maximum likelihood*. (d) Menentukan Jumlah Faktor. Dari sejumlah variabel yang direduksi, terdapat beberapa prosedur yang bisa digunakan untuk menentukan jumlah faktor. Yaitu dengan: Penentuan apriori (*apriori determination*). Peneliti telah mengetahui atau mempunyai banyak pengetahuan tentang jumlah faktor yang dianalisis. Dengan demikian peneliti dalam melakukan ekstraksi sudah dapat menentukan berapa faktor yang akan dibentuk dari hasil reduksi. Penentuan berdasarkan *Eigenvalues* (*Determination Based On Eigenvalues*). Pada pendekatan ini hanya faktor yang mempunyai nilai $Eigenvalues > 1$ yang dipakai dalam model. Apabila $Eigenvalues < 1$ maka tidak diikutsertakan dalam model. Penentuan berdasarkan Scree Plot Determination (*Based On Scree Plot*). Berguna bagi peneliti untuk menentukan jumlah banyaknya faktor dalam model. (e) Rotasi Faktor. Setelah menentukan jumlah faktor dilakukan rotasi faktor untuk memperjelas posisi variabel. Agar variabel tidak direduksi haruslah memiliki faktor loading lebih besar atau sama dengan 0,5. (f) Interpretasi Faktor. Interpretasi dipermudah dengan mengenali dan mengidentifikasi

variabel yang muatannya (*loadingnya*) besar pada faktor yang sama. Faktor tersebut kemudian bisa diinterpretasikan, dinyatakan dalam variabel yang mempunyai *high loading* padanya. (g) Menentukan Ketepatan Model Analisis Faktor. Langkah selanjutnya adalah mereduksi apakah faktor yang dibentuk sudah sesuai dengan melihat *Reproduce Corelation* disebut Residu. Jika dalam residu mengandung banyak nilai lebih kecil dari 0,05 ($<0,05$) maka model faktor tidak fit atau tidak sesuai.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Faktor- faktor yang digunakan untuk mengetahui keputusan konsumen untuk menggunakan jasa transportasi kereta api adalah faktor keadaan ekonomi, pekerjaan, harga, ketepatan waktu, pelayanan, kenyamanan dan keamanan. Setelah dilakukan pengujian dengan menggunakan cronbach alpha menunjukkan bahwa keseluruhan variabel dinyatakan reliabel dengan nilai sebesar 0,892, dimana batas suatu variabel dapat dinyatakan reliabel adalah lebih besar dari 0,60. Dengan demikian keseluruhan variabel layak digunakan dalam penelitian ini.

Hasil identifikasi karakteristik responden yang dapat diidentifikasi melalui beberapa faktor antara lain jenis kelamin, usia dan frekuensi naik kereta api dapat dijelaskan

sebagai berikut. Berdasarkan jenis kelaminnya sebagian besar responden dalam penelitian ini berjenis kelamin laki- laki terlihat dari hasil distribusi frekuensi yang menunjukkan 109 orang (51,17%) dan responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 104 orang (48,83%). Sedangkan berdasarkan usia sebagian besar responden berusia > 30 Tahun sebanyak 106 orang (49,77%), responden yang berusia 21 – 30 tahun sebanyak 83 orang (38,97%), dan yang berusia 16- 20 sebanyak 24 orang (11,27%). Berdasarkan frekuensi naik kereta api komuter > 5 kali sebanyak 159 orang (74,65%), 2 – 5 kali sebanyak 38 orang (17,84%), dan 1 kali sebanyak 16 orang (7,5%).

Analisis hasil penelitian dan pembahasan proses analisis faktor akan peneliti sajikan secara sistematis sesuai dengan tahapan- tahapan dalam proses analisis faktor sebagai berikut:

1. Merumuskan Masalah

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menemukan faktor- faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakan jasa transportasi kereta api komuter tujuan Lamongan- Surabaya. Dalam penelitian ini terdapat 20 sub- variabel yang diturunkan dari kajian teori faktor- faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian

menurut beberapa ahli seperti Henry Assael, Simamora, Philip Kotler maupun dari pendapat peneliti, kemudian dimasukkan dalam butir-butir pernyataan yang diukur dengan skala likert. Untuk dapat menjawab rumusan masalah dalam bab 1 dapat dapat dihasilkan dari perhitungan analisis statistik yaitu analisis faktor dengan bantuan *software computer* program *SPSS 16.0 for Windows*.

2. Membuat matriks korelasi atas semua faktor serta melakukan uji *Bartlett Test of Sphericity (BTO)* dan *Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)*.

Dari hasil uji *Bartlett's Test of Sphericity*-nya besar dan signifikan, dengan *Approximate Chi-Square* sebesar 1.480E3 dan nilai *Significance*-nya sebesar 0,000. Sedangkan jika dilihat dari uji *KMO of Sampling Adequacy* yaitu sebesar 0,732 yang berarti ketepatan penggunaan analisis faktor ini dapat dipertanggungjawabkan, karena nilai *KMO*-nya sudah diatas 0,5 dan signifikansi jauh dibawah 0,05 ($0,000 < 0,05$) menunjukkan bahwa analisis tersebut tepat. Sementara jika *KMO* rendah, yaitu dibawah 0,5 maka berarti menunjukkan bahwa analisis tersebut tidak tepat.

3. Menentukan Jumlah Faktor

Berdasarkan hasil dari langkah pertama (merumuskan masalah) dan kedua (membuat matrik korelasi atas semua variabel atau faktor serta melakukan uji *Bartlett's Test of Sphericity* dan *Kaiser-Meyer-Olkin*) diatas, selanjutnya variabel atau faktor disusun kembali menurut korelasinya dan program komputer akan menentukan jumlah faktor yang diperlukan untuk mewakili data. Dari hasil tersebut akan diketahui sejumlah kelompok faktor yang layak dapat mewakili seperangkat variabel atau faktor. Untuk menentukan beberapa faktor yang dapat diterima, maka dapat dilihat dari besarnya nilai *eigenvalue* suatu faktor yang besarnya sama dengan atau lebih dari satu. Kemudian akan diproses kembali dan berdasarkan hasil analisis faktor dengan menggunakan prinsip ekstraksi analisa komponen (*Principal Component Analysis/PCA*) dapat dihasilkan *Total Variance Explained*.

Memperhatikan hasil analisis faktor (*Total Variance Explained*), dari pernyataan 1 sampai 20 yang termasuk dalam penelitian ini terdapat 6 faktor inti (pekerjaan, sesuai dengan jam kerja, pendapatan, harga, adanya jadwal yang mengatur, dan ketepatan waktu) yang mewakili nilai *eigenvalue* lebih besar dari

satu. Berdasarkan pada nilai *eigenvalue* di atas, dapat diartikan bahwa 20 pernyataan yang termasuk dalam penelitian ini dengan menggunakan metode *Principal Component Analysis* (PCA) dapat dikelompokkan menjadi 6 faktor inti yang mewakili total variabel yang diuji.

4. Melakukan Rotasi Matrik Faktor

Setelah mengetahui hasil dari penentuan faktor atau variabel, seringkali masih sulit untuk menentukan pola atau pengelompokan variabel- variabel secara bermakna. Dengan menggunakan rotasi matriks diharapkan dapat meringkas data yang ada, sehingga dapat diidentifikasi faktor- faktor baru yang lebih muda untuk diinterpretasikan dengan memilih nilai *factor loading* yang lebih besar atau sama dengan 0,5.

Maka untuk menentukannya diperlukan metode rotasi (*Rotation Method*) dengan rotasi varimax (*Varimax with Kaiser Normalization*) melalui rotasi konvergen (*Rotasi Convergen*) sehingga menghasilkan 6 faktor inti yang memudahkan peneliti untuk menginterpretasikannya. Rotasi matrik faktor ini berisikan koefisien- koefisien yang digunakan untuk menyatakan variabel- variabel baku dari faktor tersebut.

Dari hasil rotasi matrik faktor yang dilakukan terdapat faktor yang tidak memenuhi syarat yakni kondisi lampu sehingga diperlukan metode rotasi untuk kedua kalinya. Dasar dari pengelompokan faktor- faktor tersebut yaitu dengan memperhatikan *factor loading* yang mempunyai nilai paling besar diantara 6 komponen inti tersebut. Maka secara jelas pengelompokan tersebut dapat diperhatikan pada tabel berikut ini:

Tabel
Pengelompokkan Faktor Inti

Faktor	Variabel yang Masuk Dalam Faktor	Loading	PCT of Variance	Cumulative Percentage
I	Ketepatan Waktu	0,529	27,127%	27,127%
	Kondisi Luar Kereta	0,596		
	Kondisi Pintu	0,739		
	Kondisi Jendela	0,798		
II	Harga	0,669	10,459%	37,585%
	Adanya Jadwal yang Mengatur	0,638		
	Sikap Petugas Loker	0,590		
III	Ruang Tunggu	0,532	7,976%	45,561%
	Sikap Kondektur	0,737		
	Kondisi Tempat Duduk	0,744		
	Keselamatan	0,509		
IV	Kondisi Pegangan	0,574	6,782%	52,343%
	Tidak Ada Pencopet	0,725		
	Tingkat Kecelakaan	0,816		

V	Sesuai Jam Kerja	0,683	6,147%	58,490%
	Kebersihan	0,644		
	Ketertiban	0,736		
VI	Pekerjaan	0,799	5,318%	63,809%
	Pendapatan	0,777		

Sumber: Data diolah dari program analisis faktor, 2013.

5. Interpretasi Faktor (Menafsirkan Faktor)

Penafsiran faktor dilakukan dengan pendekatan nilai loading satu variabel terhadap sebuah faktor. Dengan mengidentifikasi variabel yang memiliki nilai loading terbesar pada faktor yang sama, berikut ini uraiannya.

Dari hasil rotasi faktor dapat dilihat bahwa dengan analisis faktor yang mempunyai 7 variabel dari 20 pernyataan, setelah diekstraksi selama 6 kali, maka dapat disederhanakan dan disusun menjadi 6 faktor inti, dengan *Persentase Cumulative* sebesar 63,809%. Untuk melihat peran masing-masing faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk menggunakan kereta api komuter tujuan Lamongan- Surabaya dapat dilihat berdasarkan total varian (*PCT of variance*) masing-masing faktor yang urutan dominannya sebagai berikut:

1) Kelompok Faktor I

Pada kelompok faktor urutan pertama artinya faktor-faktor itulah yang paling utama dapat mempengaruhi konsumen menggunakan kereta api komuter tujuan Lamongan- Surabaya dengan nilai total

varian terbesar dibandingkan dengan faktor lain, yaitu sebesar 27,127%.

Faktor-faktor tersebut adalah faktor kondisi kereta, antara lain:

- Ketepatan Waktu dengan nilai loading sebesar 0,529
- Kondisi Luar Kereta dengan nilai loading sebesar 0,596
- Kondisi Pintu dengan nilai loading sebesar 0,739
- Kondisi Jendela dengan nilai loading sebesar 0,798

2) Kelompok Faktor II

Faktor yang termasuk dalam kelompok II adalah faktor harga. Faktor ini merupakan faktor yang menjadi pertimbangan seseorang didalam memutuskan untuk menggunakan jasa transportasi kereta api komuter tujuan Lamongan- Surabaya dengan nilai total varian sebesar 10,459%.

Faktor-faktor tersebut antara lain:

- Harga dengan nilai loading 0,669
- Adanya Jadwal yang Mengatur dengan nilai loading 0,638
- Sikap Petugas Locket dengan nilai loading 0,590

3) Kelompok Faktor III

Faktor yang termasuk dalam kelompok III adalah kenyamanan. Faktor ini merupakan faktor yang mempengaruhi keputusan seseorang untuk menggunakan kereta api komuter

tujuan Lamongan- Surabaya dengan nilai total varian sebesar 7,976%

Faktor- faktor tersebut antara lain:

- a. Ruang Tunggu dengan nilai loading sebesar 0,532
- b. Sikap Kondektur dengan nilai loading sebesar 0,737
- c. Kondisi Tempat Duduk dengan nilai loading sebesar 0,744
- d. Keselamatan dengan nilai loading sebesar 0,509

4) Kelompok Faktor IV

Faktor yang termasuk dalam kelompok IV adalah faktor keamanan. Faktor ini merupakan faktor yang mempengaruhi keputusan seseorang untuk menggunakan jasa transportasi kereta api komuter tujuan Lamongan-Surabaya dengan nilai total varian sebesar 6,782%

Faktor- faktor tersebut antara lain:

- a. Kondisi Pegangan dengan nilai loading sebesar 0,574
- b. Tidak Ada Pencopet dengan nilai loading sebesar 0,725
- c. Tingkat Kecelakaan dengan nilai loading sebesar 0,816

5) Kelompok Faktor V

Faktor yang termasuk dalam kelompok V adalah faktor pelayanan. Faktor ini merupakan faktor yang mempengaruhi keputusan seseorang untuk menggunakan jasa transportasi

kereta api komuter tujuan Lamongan-Surabaya dengan nilai loading sebesar 6,147%

Faktor- faktor tersebut antara lain:

- a. Sesuai Jam Kerja dengan nilai loading sebesar 0,683
- b. Kebersihan nilai loading sebesar 0,644
- c. Ketertiban dengan nilai loading sebesar 0,736

6) Kelompok Faktor VI

Faktor yang termasuk dalam kelompok VI adalah faktor pekerjaan dan Keadaan Ekonomi. Faktor ini merupakan faktor yang mempengaruhi keputusan seseorang untuk menggunakan jasa transportasi kereta api komuter tujuan Lamongan- Surabaya dengan nilai total varian sebesar 5,318%

Faktor- faktor tersebut antara lain:

- a. Pekerjaan dengan nilai loading sebesar 0,799
- b. Pendapatan dengan nilai loading sebesar 0,777

6. Menentukan Ketepatan Model

Tujuan dari penggunaan teknik PCA (*Principal Component Analysis*) untuk mengetahui bahwa teknik ini mampu menjelaskan data sebesar 0,63809 artinya data mampu dijelaskan oleh teknik ini sebesar 63,809%. Sedangkan sisanya sebesar 36,191% tidak mampu dijelaskan oleh teknik ini. Namun demikian nilai

63,809% dapat dipandang representatif karena lebih dari 50%.

Memperhatikan hasil pengolahan data penelitian, tampak bahwa terdapat 7 (tujuh) faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk menggunakan jasa transportasi kereta api komuter yaitu faktor pekerjaan, keadaan ekonomi, harga, ketepatan waktu, pelayanan, kenyamanan, dan keamanan. Namun setelah dilakukan rotasi selama 2 kali maka terdapat 6 (enam) faktor yang terbentuk yaitu faktor kondisi kereta, faktor harga, faktor kenyamanan, faktor keamanan, faktor pelayanan, serta faktor pekerjaan dan keadaan ekonomi. Secara rinci faktor- faktor tersebut akan dibahas dalam penelitian ini.

1. Faktor Kondisi Kereta

Kondisi Kereta sangatlah berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam memilih menggunakan jasa transportasi. Kualitas dan manfaat suatu produk sangat mempengaruhi keputusan konsumen (Alma, 2009:140). Dalam faktor ini kondisi jendela mempunyai nilai faktor loading paling tinggi yakni sebesar 0,798. Hal ini berarti ada sekelompok konsumen yang memilih menggunakan kereta api komuter disebabkan karena kondisi jendela kereta api yang bisa berfungsi dengan baik. Selain kondisi jendela, keputusan konsumen juga dipengaruhi oleh kondisi pintu, kondisi luar kereta dan Ketepatan

waktu yang merupakan persyaratan pengguna jasa transportasi sehingga mereka mampu merencanakan aktivitas yang berkaitan dengan kegiatan yang akan dilakukan pada lokasi tujuan. Pengguna kereta api komuter tujuan Lamongan- Surabaya sebagian besar adalah seorang pekerja, mereka menggunakan kereta api komuter karena jadwal kedatangan maupun keberangkatan kereta api komuter sesuai dengan jam masuk dan jam pulang kerja karyawan. Sehingga apabila terjadi keterlambatan kedatangan maupun keberangkatan kereta maka akan membuat para penumpang kereta api komuter yang mayoritas adalah pekerja menjadi terlambat masuk kerja.

2. Faktor Harga

Harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah barang beserta jasa- jasa tertentu atau kombinasi dari keduanya (Gitosudarmo, 1999: 228). Hampir tidak ada yang membantah bahwa harga tiket kereta api komuter tujuan Lamongan- Surabaya termasuk murah. Dari hasil penelitian yang dilakukan, harga memiliki nilai loading sebesar 0,669. Yang berarti bahwa nilai loading faktor harga cukup tinggi. Menurut Hadi (2007:156), tingkat harga yang ditetapkan perusahaan juga berperan bagi konsumen dalam menentukan keputusan pembeliannya. Apabila dibandingkan, harga tiket kereta api komuter tujuan Lamongan-

Surabaya adalah Rp 2.000,00 sedangkan tarif bus ataupun angkutan kota dari Lamongan ke Surabaya > Rp 5.000,00 (diatas lima ribu rupiah). Bagi para pengguna kereta api komuter yang mayoritas adalah pekerja pabrik, tarif kereta api komuter yang murah inilah yang menjadi alasan mereka untuk menggunakan kereta api sebagai sarana transportasi untuk berangkat ataupun pulang kerja. Karena mereka harus menyesuaikan dengan pendapatan yang mereka dapatkan.

3. Faktor Kenyamanan

Sarana dan prasarana merupakan salah satu upaya untuk memberikan kenyamanan pada para penumpang kereta api komuter pada saat akan menggunakan ataupun sedang menggunakan kereta api komuter. Semakin lengkap sarana dan prasarana yang disediakan oleh PT. KAI maka semakin membuat penumpang merasa nyaman. Dalam faktor kenyamanan kondisi tempat duduk memiliki nilai loading paling besar yakni 0,744. Hal ini berarti ada sekelompok konsumen yang memilih menggunakan kereta api komuter karena kondisi tempat duduk yang masih bagus. Selain itu sikap kondektur, ketersediaan ruang tunggu yang memadai dan keselamatan sampai sampai tujuan membuat konsumen merasa nyaman menggunakan kereta api komuter. Ketersediaan ruang tunggu dapat digunakan calon penumpang saat menunggu kedatangan kereta api komuter sehingga mereka tidak akan capek

menunggu dengan berdiri. Sedangkan kondisi tempat duduk yang masih bagus membuat konsumen merasa nyaman saat perjalanan.

4. Faktor Keamanan

Kereta api merupakan moda transportasi umum yang memiliki kapasitas angkut paling besar dibandingkan transportasi umum lainnya. Sehingga keamanan saat dalam perjalanan, baik keamanan dari kejahatan ataupun kecelakaan dari kereta api komuter itu sendiri harus diperhatikan. Pada faktor ini, rendahnya tingkat kecelakaan yang terjadi pada kereta api komuter memiliki nilai loading paling tinggi yakni sebesar 0,816. Para responden berpendapat bahwa mereka memilih menggunakan kereta api komuter karena tingkat kecelakaan yang dialami kereta api komuter rendah atau hampir tidak pernah mengalami kecelakaan. Selain itu responden juga setuju bahwa tidak ada gangguan pencopet ataupun perampok di dalam gerbong kereta api komuter.

5. Faktor Pelayanan

Menurut Kotler dan Amstrong (2004: 337) pelayanan adalah berbagai kegiatan atau manfaat yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan perpindahan kepemilikan. Kereta komuter merupakan bagian dari transportasi publik di wilayah perkotaan, tetapi memberikan layanan yang lebih cepat untuk pinggiran kota atau kota-kota kecil. Ditinjau

dari segi pelayanan, sebagian besar responden memilih menggunakan kereta api komuter karena mereka merasa senang dengan pelayanan yang diberikan oleh para petugas PT.KAI. Pada faktor ini ketertiban memiliki nilai faktor loading sebesar 0,736. Terdapat petugas yang melarang pedagang asongan, pengamen, ataupun pengemis masuk kedalam kereta api komuter sehingga kondisi didalam gerbong kereta lebih tertib. Selain itu, para responden setuju bahwa di dalam gerbong kereta api komuter tidak ada sampah yang berserakan karena saat kereta api komuter berhenti di stasiun terakhir dan sebelum melanjutkan perjalanan kembali, selalu ada petugas yang membersihkan gerbong kereta.

6. Faktor Pekerjaan dan Keadaan Ekonomi

Pada faktor ini indikator pekerjaan memiliki nilai loading sebesar 0,799. Pengguna kereta api komuter mayoritas adalah pekerja, mereka menggunakan jasa transportasi ini karena sesuai dengan pekerjaan mereka, baik itu dari segi kegunaan kereta api untuk kebutuhan transportasi saat berangkat dan pulang kerja. Menurut Warpani (1990: 85) fungsi dasar dari transportasi adalah sebagai penunjang, pemacu dan pemicu. Transportasi sebagai penunjang aktifitas manusia seperti aktifitas ekonomi, sosial, pendidikan, rekreasi dan kebudayaan. Selain pekerjaan, keadaan perekonomian juga mempengaruhi mereka dalam menggunakan kereta api komuter.

Mereka merasa lebih sesuai jika menggunakan kereta api komuter dibandingkan menggunakan transportasi umum yang lainnya.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk menggunakan jasa transportasi kereta api komuter tujuan Lamongan- Surabaya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

Dari hasil penelitian yang dilakukan terhadap faktor- faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk menggunakan jasa transportasi kereta api komuter tujuan Lamongan- Surabaya, menunjukkan bahwa pengambilan keputusan seseorang untuk menggunakan jasa transportasi kereta api komuter tujuan Lamongan- Surabaya dipengaruhi oleh faktor kondisi kereta, faktor harga, faktor kenyamanan, faktor keamanan, faktor pelayanan, serta faktor pekerjaan dan keadaan ekonomi. Faktor yang paling dominan atau faktor utama yang mempengaruhi konsumen untuk menggunakan kereta api komuter tujuan Lamongan- Surabaya adalah faktor kondisi kereta.

Saran

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian di atas, adapun saran yang dapat diberikan adalah (1) Dari kesimpulan yang diperoleh bahwa faktor yang paling berpengaruh dalam penelitian ini adalah kondisi kereta api. Sehingga indikator- indikator di dalamnya yakni kondisi jendela, kondisi pintu dan kondisi luar kereta api yang dianggap konsumen sudah baik harus dipertahankan, apabila perlu ditingkatkan. (2) Dari faktor harga diharapkan PT. KAI tetap mempertahankan harga tiketnya yang murah sehingga konsumen tetap memilih menggunakan jasa transportasi kereta api komuter. (3) Hal yang harus mendapat perhatian untuk ditingkatkan adalah faktor pelayanan terutama mengenai kebersihan di dalam gerbong kereta api komuter. Karena dari hasil penelitian yang dilakukan, konsumen berpendapat bahwa kondisi di dalam gerbong kereta api komuter masih kurang bersih.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfiana, Nawang. 2006. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Jasa (Studi Kasus Super M Fitness Centre Jakarta Timur)*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Manajemen ITB.
- Alimuddin, Akhyar. 2007. *Pengaruh Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Menggunakan Jasa Transportasi Kereta Api Panataran Tujuan Malang- Blitar*. (<http://www.kumpulanjurnal.com>, diakses 20 Desember 2012)
- Alma, Buchari. 2009. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta.
- Arikunto, Prof. Dr. Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktik* Edisi Revisi VI. Jakarta : Rineka Cipta.
- Assael, Henry. 1998. *Customer Behavior and Marketing Action*. Sixth Edition, Massachusetts: PWS-Kent Publishing Co.
- Fitriani, Nur Wahyu. 2011. *Pengaruh Harga, Motivasi, Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Kereta Api*. Jurnal Keputusan Konsumen (Online). (<http://www.kumpulanjurnal.com>, diakses 20 Desember 2012)
- Gitosudarmo, Indriyo. 1999. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE
- Kepala Stasiun Lamongan. 2013. *Data Penjualan Tiket Bulanan Kereta Api Komuter Lamongan- Surabaya Tahun 2011- 2012*. Lamongan.
- Kotler, Philip. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi kedua belas. Jilid 1. Terjemahan oleh Benyamin Molan, 2007. Jakarta:PT Indeks.
- Kotler, dan Armstrong, 2004. *Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan Implementasi dan Pengendalian jilid 1*. Terjemahan Jaka Wasana, Jakarta: Erlangga.

- Malhotra, Naresh K. 2006. *Riset Pemasaran Jilid 2*, Edisi 4. Jakarta : PT Indeks.
- Miro, Fidel SE,M.Str, (2004). *Perencanaan Transportasi Untuk Mahasiswa Perencanaan Dan Produksi*, penerbit Erlangga Maret.
- Mowen, J dan Minor. 1998. *Customer Behavior* (5th Ed). Prentice-Hall, Inc. New Jersey. USA.
- Prabu Mangkunegara, Anwar. 2009. *Perilaku Konsumen*. Bandung: Rafika Aditama.
- Santoso, Singgih. 2010. *Statistik Multivariat*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Schiffman, L dan Kanuk. 1994. *Customer Behavior* (7th Ed). Prentice-Hall, Inc. New Jersey. USA.
- Simamora, Bilson. 2004. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2005. *Statistika Untuk Penelitian*. Cetakan kedelapan. Bandung : CV. Alfabeta.
- . 2005. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan kedelapan. Bandung : CV. Alfabeta.
- Sujoko, 2007. “Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pemakaian Jasa Warnet di Kota Jember”. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 2, No.1, April 2007: 9-20.
- Sumarwan, Ujang. 2003. *Perilaku Konsumen*. Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Supranto, J. 2004. *Analisis Multivariat: Arti dan Interpretasi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Tamin, OZ (1997). *Perencanaan dan permodelan transportasi*, Jurusan Teknik Sipil, Institut Teknologi Bandung.
- Tim Penyusun Pedoman Penulisan Skripsi Universitas Negeri Surabaya. 2010. *Pedoman Penulisan Skripsi Universitas Negeri Surabaya*. Surabaya : University Press UNESA.
- Warpani, Sudjarwok. 1990. *Merencanakan Sistem Pengangkutan (Tinjauan Regional dan Lokal)*, Bandung ITB.
- Wright, Lloyd and Fjellstrom,Karl (2003). *Modul 3a Sustainable Urban Transport Sourcebook for Policy-Maker in Developing Cities*. Germany: TZ Verlagsgesellschaft, June.