

**ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PENUMPANG DALAM MEMILIH KERETA API SEBAGAI
MODA TRANSPORTASI
(Studi Pada KA. Kamandaka Rute Semarang – Purwokerto)**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat
Untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
Program Studi Transportasi**



**Disusun Oleh:
MUHAMMAD ALDI
NIM. 192004151**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MARITIM AMNI
SEMARANG
2023**

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Muhammad Aldi
Nomer Induk Mahasiswa : 192004151
Program Studi : S1 Transportasi
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Judul Skripsi : **Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Penumpang Dalam Memilih Kereta Api Sebagai Moda Transportasi (Studi Pada KA. Kamandaka Rute Semarang – Purwokerto)**

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal :

Tim Penguji :

1. Dhanan Abimanto, S.Hum., M.Pd.
NIDN. 00631078702

2. Wasi Sumarsono, M.Kom
NIDN. 0619047201

3. Dedy Christiyanto S.E, M. Ak., Akt., ACPA
NIDN. 0628119101

(.....)
(.....)
(.....)

**Mengetahui,
Ketua Program Studi S1 Transportasi**


Andar Sri Sumantri, S.E., M.M.
NIDN. 0622107501



SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Muhammad Aldi

NIM : 192004151

Judul Skripsi : **Analisis Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Penumpang Dalam Memilih Kereta Api Sebagai Moda Transportasi (Studi Pada KA Kamandaka Rute Semarang – Purwokerto)**

Menyatakan bahwa Skripsi yang saya ajukan ini adalah hasil karya saya sendiri, yang kemudian belum pernah disampaikan untuk mendapatkan gelar Sarjana Program Studi Transportasi. Karya ini adalah milik saya, karena itu pertanggung jawaban sepenuhnya berada di pundak saya.

Semarang, 27 Juli 2023



(Muhammad Aldi)
NIM. 1920.04.151

MOTTO

Karunia Allah yang paling lengkap adalah kehidupan yang didasarkan pada ilmu
pengetahuan

(Sayiddina Ali bin Abi Thalib)

Tujuan Pendidikan adalah untuk menggantikan pikiran kosong menjadi pikiran
terbuka.

(Malcolm Forbes)

Iman tanpa ilmu bagaikan lentera di tangan bayi. Namun ilmu tanpa iman
bagaikan lentera di tangan pencuri

(Buya Hamka)

PERSEMBAHAN

Yang utama dari segalanya,

Bismillah Alhamdulillah, segala puji dan syukur kepada Allah SWT atas karunia yang dilimpahkan-Nya serta kemudahan yang Engkau berikan akhirnya Skripsi yang sederhana ini dapat diselesaikan. Sholawat serta salam selalu tercurahkan kepada kehadiran Nabi Besar Muhammad SAW. Dengan mengucapkan Bismillah Alhamdulillah, kupersembahkan hasil karya saya yang sederhana tapi luar biasa dengan sepenuh pengorbanan selama ini adalah saksi bisu perjuangan tak kenal lelah kupersembahkan untuk :

1. Ayah dan Ibu sebagai yang tercinta, dimana telah membesarkan, merawat, mendidik dengan penuh cinta dan kasih sayang, membiayai serta memberikan fasilitas yang memenuhi tanpa ada kekurangan sampai saat ini. Tak lupa dengan do'a, semangat, dan dorongan penuh motivasi yang tiada henti serta selalu menemaniku dalam penyusunan Skripsi. Mohon perkenankanlah karya ini bukti kecil sebagai salah satu wujud kesungguhanku & keseriusanku untuk mengukir senyum di wajahmu dan tanda kebanggaan atas pencapaianku.
2. Seluruh Dosen dan khususnya pada program studi S1 Transportasi Universitas Maritim AMNI Semarang atas segala ilmu yang diberikan & sangat bermanfaat bagi Penulis.
3. Rekan- rekan taruna Mess Mr. Black yang menemani dari awal masuk sampai kita lulus bersama dan selalu memberikan semangat hingga akhir.
4. Rekan-rekan angkatan LVI khususnya program studi S1 Transportasi dan kelas Transportasi E yang setia menemani dari awal kita masuk sampai kita lulus bersama.

ABSTRAK

Penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh aksesibilitas, efektivitas, promosi, dan kepercayaan secara persial dan simultan terhadap keputusan penumpang dalam memilih KA Kamandaka. Populasi dalam penelitian ini adalah penumpang KA Kamandaka. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan jenis sampling yaitu *sampling incidental*. Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif. Data analisis dengan menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan *Software Statistic Package For Social Science (SPSS)* versi 25. Hasil penelitian inimenunjukkan bahwa variabel Aksesibilitas, Efektivitas, Promosi, dan Kepercayaan berpengaruh secara persial dan simultan terhadap Keputusan Penumpang. Hasil analisis regresi linier berganda diperoleh persamaan $Y = -2,766 + 0,357.X_1 + 0,322.X_2 + 0,181.X_3 + 0,352.X_4 + \mu$. Dari hasil persamaan menunjukkan bahwa variabel Aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penumpang ($t_{hitung} 4,155 > t_{tabel} 1,98498$), Efektivitas terhadap Keputusan Penumpang ($t_{hitung} 3,258 > t_{tabel} 1,98498$), Promosi terhadap Keputusan Penumpang ($t_{hitung} 2,036 > t_{tabel} 1,98498$), Kepercayaan terhadap Keputusan Penumpang ($t_{hitung} 4,750 > t_{tabel} 1,98498$) Sedangkan untuk nilai Adjusted $R^2 = 0,577$. Hal ini berarti 57,7% variasi variabel terikat (Y) yaitu Keputusan Penumpang dijelaskan oleh variabel bebas yaitu Aksesibilitas, Efektivitas, Promosi, dan Kepercayaan. Sisanya $100\% - 57,7\% = 42,3\%$, dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian.

Kata Kunci : Aksesibilitas, Efektivitas, Promosi, Kepercayaan, dan Keputusan Penumpang

ABSTRACT

This research was conducted with the aim of knowing the partial and simultaneous effect of accessibility, effectiveness, promotion, and trust on passengers' decisions in choosing the Kamandaka Train. The population in this study were Kamandaka train passengers. The sampling technique used is non-probability sampling with the type of sampling that is incidental sampling. The analytical method used is descriptive analysis. Data were analyzed using multiple linear regression analysis with the help of Software Statistical Package For Social Science (SPSS) version 25. The results of this study indicate that the variables Accessibility, Effectiveness, Promotion, and Trust have a partial and simultaneous effect on Passenger Decisions. The results of multiple linear regression analysis obtained the equation $Y = -2.766 + 0.357.X1 + 0.322.X2 + 0.181.X3 + 0.352.X4 + \mu$. The results of the equation show that the accessibility variable has a positive and significant effect on passenger decisions ($t_{count} 4.155 > t_{table} 1.98498$), effectiveness on passenger decisions ($t_{count} 3.258 > t_{table} 1.98498$), promotion of passenger decisions ($t_{count} 2.036 > t_{table} 1.98498$), Trust in Passenger Decisions ($t_{count} 4.750 > t_{table} 1.98498$) As for the value of Adjusted $R^2 = 0.577$. This means that 57.7% of the variation in the dependent variable (Y), namely Passenger Decisions, is explained by the independent variables, namely Accessibility, Effectiveness, Promotion, and Trust. The remaining $100\% - 57.7\% = 42.3\%$, influenced by other variables outside the research.

Keywords: *Accessibility, Effectiveness, Promotion, Trust, and Passenger Decisions*

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kehadirat Allah SWT Yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang yang telah melimpahkan segala rahmat, hidayah serta inayah-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan Proposal Skripsi dengan Judul, **“ANALISIS FAKTOR - FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENUMPANG DALAM MEMILIH KERETA API SEBAGAI MODA TRANSPORTASI (Studi Pada KA. Kamandaka Rute Semarang – Purwokerto).**

Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan Program Sarjana Program Studi Transportasi di Universitas Maritim AMNI Semarang. Penulis sangat menyadari bahwa Skripsi ini sangat jauh dari sempurna karena didalam menyelesaikan Skripsi ini banyak menemukan hambatan dan rintangan dalam penulisan dan penyusunan Skripsi ini, tetapi berkat dukungan dan dorongan dari beberapa pihak maka penulis dapat melaksanakan dan menyelesaikan Skripsi ini. Untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dan menyempurnakan Skripsi ini. Dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih atas segala bimbingan, nasehat, petunjuk serta bantuan dan berbagai pihak atas tersusunya Skripsi ini. Oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Ir. Siswadi, M.T. selaku Rektor Universitas Maritim AMNI Semarang.
2. Ibu Dr. Retno Mulatsih, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Maritim AMNI Semarang.
3. Ibu Andar Sri Sumantri, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi S1 Transportasi Universitas Maritim AMNI Semarang.
4. Bapak Dhanan Abimanto, S.Hum., M.Pd. selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan arahan, motivasi, dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.

5. Bapak Wasi Sumarsono, M. Kom. selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan arahan, motivasi, dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.
6. Bapak Dedy Christiyanto S.E, M. Ak., Akt., ACPA. selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan arahan, motivasi, dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.
7. Segenap Dosen Universitas Maritim AMNI Semarang yang telah memberikan ilmu pendidikan kepada saya.
8. Bapak dan Ibu tercinta beserta keluarga yang selalu memberikan kasih sayang, dorongan moral, materil maupun spiritual.
9. Teman-teman Mahasiswa Transportasi Universitas Maritum AMNI Semarang yang telah banyak memberikan bantuan dan dorongan kepada penulis hingga selesainya Skripsi ini.
10. Kepada semua pihak yang telah banyak membantu yang tidak disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa penulisan tugas skripsi ini jauh dari katasempurna karena keterbatasan kemampuan serta pengetahuan yang penulis miliki, maka dengan kerendahan hati penulis sangat berterimakasih atas kritik dan saran yang membangun guna memperbaiki tulisan-tulisan yang lain dimasa mendatang Semoga tugas skripsi ini dapat berguna bagi orang lain dan berguna bagi penulis sendiri.

Semarang, Juli 2023

(Muhammad Aldi)

NIM. 1920.04.151

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul.....	i
Halaman Pengesahan Skripsi	ii
Surat Pernyataan Orisinilitas.....	iii
Motto.....	iv
Persembahan	v
Abstrak	vi
<i>Abstract</i>	vii
Kata Pengantar	viii
Daftar Isi.....	x
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar.....	x
Daftar Lampiran	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan dan Kegunaan.....	5
1.4 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Tinjauan Pustaka dan Penelitian Terdahulu	8
2.2 Hipotesis	26
2.3 Kerangka Pemikiran	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	30
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	30
3.2 Penentuan Populasi dan Sampel.....	34
3.3 Jenis dan Sumber Data	38

3.4 Metode Pengumpulan Data	39
3.5 Metode Analisis Data	40
3.6 Diagram Alur Penelitian.....	48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	49
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	49
4.2 Gambaran Umum Identitas Responden.....	52
4.3 Analisis Data	54
4.4 Analisis Kuantitatif.....	65
4.5 Uji Asumsi Klasik	67
4.6 Analisis Regresi Linier Berganda.....	75
4.7 Pengujian Hipotesis	76
4.8 Koefisien Determinasi (R^2)	79
BAB V PENUTUP.....	81
5.1 Kesimpulan.....	81
5.2 Saran	83
5.3 Implikasi Manajerial	84

Daftar Pustaka

Lampiran

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Jumlah Penumpang KA Kamandaka	5
Tabel 1.2 Rujukan Penelitian Aksesibilitas	6
Tabel 2.1 Rujukan Penelitian Efektivitas	19
Tabel 2.2 Rujukan Penelitian Promosi	20
Tabel 2.3 Rujukan Penelitian Kepercayaan	21
Tabel 2.4 Rujukan Penelitian Keputusan Penumpang	23
Tabel 3.1 Skala Likert	39
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	52
Tabel 4.2 Usia Responden	53
Tabel 4.3 Pendidikan Terakhir	53
Tabel 4.4 Berjalan Kaki	54
Tabel 4.5 Menggunakan Kendaraan Pribadi	55
Tabel 4.6 Menggunakan Kendaraan Umum	55
Tabel 4.7 Sarana dan Prasarana	56
Tabel 4.8 Kinerja Pegawai	57
Tabel 4.9 Ketepatan Waktu	58
Tabel 4.10 Periklanan	58
Tabel 4.11 Hubungan Dengan Masyarakat	59
Tabel 4.12 Penjualan Langsung	60
Tabel 4.13 Integritas	61
Tabel 4.14 Kompetensi	61
Tabel 4.15 Konsistensi	62
Tabel 4.16 Tidak Akan Berpindah	63
Tabel 4.17 Memberikan Rekomendasi Kepada orang Lain	63
Tabel 4.18 Kemantapan Akan Kualitas	64

Tabel 4.19 Hasil Pengujian Validitas	65
Tabel 4.20 Hasil Pengujian Reliabilitas	67
Tabel 4.21 Hasil Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.....	69
Tabel 4.22 Hasil Uji Multikolonieritas dari Nilai <i>Tolerance</i> dan VIF.....	70
Tabel 4.23 Hasil Uji Multikolonieritas Matrik Korelasi Antar Variabel Bebas	70
Tabel 4.24 Hasil Uji Autokorelasi	71
Tabel 4.25 Hasil Uji Spearman's Rho.....	74
Tabel 4.26 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	75
Tabel 4.27 Hasil Uji-t.....	77
Tabel 4.28 Koefisien Determinasi (R^2).....	80

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	28
Gambar 3.1 Uji Autokorelasi	44
Gambar 3.2 Diagram Alur penelitian	48
Gambar 4.1 Uji Grafik Normalitas P-P Plot	68
Gambar 4.2 Hasil Uji Statistik Durbin Waston.....	72
Gambar 4.3 Uji Heterokodastisitas (Grafik <i>Scatterplot</i>).....	73
Gambar 4.4 Kurva Uji t Variabel Aksesibilitas	78
Gambar 4.5 Kurva Uji t Variabel Efektivitas.....	78
Gambar 4.6 Kurva Uji t Variabel Promosi.....	79
Gambar 4.7 Kurva Uji t Variabel Kepercayaan	79

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sarana transportasi merupakan hal yang sangat dibutuhkan dalam kehidupan masyarakat. Dengan adanya transportasi, segala hal permasalahan yang berhubungan dengan jarak dan waktu menjadi mudah untuk dilakukan. Transportasi adalah pemindahan penumpang dan barang dari satu tempat ke tempat lain. Dalam transportasi ada dua unsur yang terpenting yaitu pergerakan (*movement*) dan secara fisik terjadi perpindahan tempat atas barang atau penumpang dengan atau tanpa alat angkut ke tempat lain. (M.Z Ibad, Pradono.E, 2020).

Transportasi memiliki peran yang sangat penting bagi manusia dalam melakukan kegiatan sehari-hari. Dikarenakan berkaitan dengan distribusi barang, jasa maupun tenaga kerja, transportasi berperan mempermudah dan mempersingkat waktu dalam memenuhi suatu tujuan dalam pembangunan perekonomian. Transportasi yang baik yaitu dapat memberikan sarana untuk meraih peluang sangat penting yang dapat mempengaruhi kualitas hidup tiap individu (Marsellah, R., Meronda, I. E. S., Syarkawi, M. T., & Arifin, W. (2022).

Moda transportasi darat untuk memenuhi *mobilitas* masyarakat dalam keseharian sampai saat ini masih menjadi andalan, khususnya pemenuhan mobilitas dalam kota maupun antar kota. Kebutuhan *mobilitas* tersebut mendorong pemerintah serta perusahaan jasa transportasi untuk ikut berperan dalam peningkatan pelayanan angkutan publik.

Adapun jenis-jenis moda transportasi darat terdiri dari angkutan umum dan angkutan pribadi. Moda transportasi darat yang biasa digunakan untuk keluar kota seperti perjalanan Semarang – Purwokerto yaitu moda transportasi travel, bus, dan kereta api. Dan ada argo kereta api yang sama memiliki rute perjalanan dari Semarang – Purwokerto yaitu KA Kamandaka dan KA Joglosemarkerto. KA Kamandaka dan KA Joglosemarkerto juga

memiliki perbandingan dari segi harga dan jam keberangkatan. KA Kamandaka kelas ekonomi 115.000 dan eksekutif 220.000 sedangkan KA Joglosemarkerto harga kelas ekonomi 140.000 dan eksekutif 225.000. Masyarakat lebih memilih kereta api sebagai moda transportasi darat karena kereta api memiliki keunggulan dari segi keamanan dan kenyamanan serta memiliki sarana dan prasarana yang baik yang disediakan oleh PT. Kereta Api Indonesia. Dan masyarakat banyak memilih KA Kamandaka karena memiliki harga relative lebih murah serta memiliki jam keberangkatan lebih banyak.

Kereta Api Indonesia (Persero) merupakan perusahaan jasa transportasi yang mengelola jasa perkeretaapian yang dinilai dapat menghindari masyarakat dari kemacetan. Kebutuhan masyarakat akan sarana transportasi menjadikan masyarakat tergantung terhadap sarana transportasi untuk memenuhi kebutuhannya. PT Kereta Api Indonesia merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak dibidang jasa transportasi dibawah naungan Departemen Perhubungan. Kereta Api adalah perusahaan yang menghasilkan jasa transportasi yang ingin selalu sukses dimata masyarakat yang seharusnya memiliki kompetisi, nilai rasa, memenuhi harapan masyarakat, dan *accountable*. Kereta Api melayani perjalanan antar kota dengan mengedepankan keefisienan waktu. PT. Kereta Api Indonesia (Persero) terus berupaya memenuhi keinginan masyarakat pengguna jasa, salah satunya waktu tempuh yang lebih singkat. Keselamatan harus menjadi prioritas utama sejalan dengan peningkatan kapasitas lintas dan peningkatan layanan kepada publik khususnya masyarakat pengguna jasa Kereta Api. PT. Kereta Api Indonesia (Persero) memiliki beberapa bagian di masing-masing kota besar. Salah satu bagiannya adalah Daerah Operasi, dimana Daerah Operasi tersebut ditempatkan dibeberapa kota besar oleh pemerintah.

Aksesibilitas adalah faktor yang terpenting dalam pemilihan moda transportasi. Transportasi yang baik akan berperan penting dalam perkembangan wilayah terutama dalam aksesibilitas. Adapun yang disebut dengan aksesibilitas adalah kemudahan dan kemampuan suatu wilayah atau

ruang untuk diakses atau dijangkau oleh pihak dari luar daerah tersebut baik secara langsung maupun tidak langsung. Mudah-mudahan suatu lokasi dihubungkan dengan lokasi lainnya lewat jaringan transportasi yang ada, berupa prasarana jalan dan alat angkut yang bergerak di atasnya. Kereta Api pada dasarnya sudah memiliki aksesibilitas yang sudah tercukupi, karena adanya stasiun di setiap kotanya, dan akses menuju ke stasiun sudah dimudahkan karena letaknya yang strategis sehingga bisa diakses menggunakan kendaraan umum atau pribadi.

Efektivitas juga selalu menjadi dasar utama pencapaian tujuan yang telah ditetapkan. Hal ini karena efektivitas merupakan alat pengukur tingkat keberhasilan suatu organisasi dalam melaksanakan kegiatannya dalam rangka pencapaian suatu tujuan. Faktor yang mempengaruhi efektivitas yaitu dari Bagaimana kinerja pegawai, kualitas sarana dan prasarana, dan tepatnya waktu. Hal ini juga yang dapat membuat penumpang akan lebih percaya untuk memilih Kereta Api sebagai moda transportasi.

Promosi adalah upaya untuk meningkatkan penjualan produk atau jasa yang biasanya dilakukan melalui iklan atau pemotongan harga. Promosi sangat penting untuk perusahaan dalam memasarkan produknya. Kegiatan promosi dimulai dari perencanaan, implementasi dan pengendalian komunikasi untuk menjangkau target *audience* guna mendorong terciptanya transaksi, yaitu pertukaran antara perusahaan dengan *audience*. Promosi dapat memberikan manfaat yang besar bagi pemasaran produk atau jasa yang ditawarkan akan mempengaruhi konsumen secara langsung dan membuatnya tertarik. Promosi merupakan salah satu strategi untuk meningkatkan minat konsumen agar tetap selalu menggunakan jasa tersebut. Promosi yang dilakukan PT. KAI yakni melalui *E-commerce*, Shopee, KAI *access*, Traveloka, dan lainnya.

Kepercayaan merupakan suatu hal yang penting dalam keputusan penumpang dalam pemilihan moda transportasi yakni kereta api. Untuk mendapatkan kepercayaan dari konsumen kereta api selalu memberikan keamanan yang unggul dan minim kejahatan. Dalam satu rangkaian kereta

api terdapat kondektur yang dikawal satu petugas Polsuska (Polisi Khusus Kereta Api), dan ada petugas *On Train Cleaning* (OTC) yang bertugas menjaga kebersihan Kereta Api selama perjalanan. Untuk mendapat kepercayaan dari penumpang Kereta Api juga memiliki karyawan yang ramah serta bisa memberikan informasi yang dibutuhkan oleh penumpang.

Kereta api merupakan jenis moda transportasi yang berkapasitas besar, tarif yang murah dan waktu tempuh yang lebih cepat dibanding dengan moda transportasi darat yang lainnya. Dalam rangka menarik minat konsumen untuk membeli suatu jasa transportasi, tentunya perusahaan harus memiliki strategi pemasaran yang baik sehingga konsumen tertarik untuk menggunakan jasa tersebut. setiap konsumen pasti ingin mendapatkan keputusan yang terbaik dan berkualitas diantara pilihan dengan produk sejenis (Fatma A. I. 2014).

P.T. Kereta Api Indonesia (KAI) memiliki beberapa bagian di masing-masing kota. Salah satunya di kota Semarang yang dikenal DAOP IV (Daerah Operasi IV Semarang). Kereta api Kamandaka merupakan layanan kereta api penumpang kelas eksekutif dan ekonomi plus ataupun kelas ekonomi new image milik Kereta Api Indonesia dengan melayani rute Semarang Tawang-Purwokerto melalui Tegal ataupun Semarang Tawang-Cilacap melalui Tegal-Kroya

Tabel 1.1
Jumlah Penumpang Kereta Api Kamandaka di Semarang Bulan
Oktober-Desember Tahun 2022

No.	Bulan	Jumlah Penumpang
1	Oktober	16.360
2	November	15.811
3	Desember	18.683
Total		50.854

Sumber: DAOP IV Semarang

Berdasarkan data diatas dapat dilihat bahwa jumlah penumpang KA Kamandaka mengalami penurunan di bulan Oktober - November dan mengalami kenaikan pada bulan Desember pada Tahun 2022 hal ini dikarenakan menjelang libur natal dan tahun baru. PT. KAI juga ingin selalu

meningkatkan citra diberbagai aspek, tentunya untuk menarik serta mendorong masyarakat untuk menggunakan jasa kereta api kamandaka. Berbagai carapun sudah dilakukan agar minat penumpang untuk menggunakan moda transportasi kereta api semakin banyak,

Adapun hal yang menjadi faktor keputusan pembelian bagi calon penumpang yang akan menggunakan kereta api sebagai moda transportasi yang akan di teliti oleh peneliti.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang terjadi di atas maka penulis tertarik menyusun proposal skripsi dengan **judul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penumpang Memilih Kereta Api Sebagai Moda Transportasi (Studi Pada: KA Kamandaka Rute Semarang-Purwokerto)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Dengan semakin banyaknya perusahaan jasa transportasi terutama jalan raya, maka persaingan untuk merebut pangsa pasar akan semakin kuat. Melihat kenyataan ini, diperlukan strategi pemasaran yang lebih baik untuk memenangkan persaingan tersebut, maka peranan kegiatan pemasaran sangatlah penting.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis membuat rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah aksesibilitas berpengaruh terhadap keputusan penumpang dalam memilih jasa Kereta Api Kamandaka rute Semarang-Purwokerto ?
2. Apakah efektivitas berpengaruh terhadap keputusan penumpang dalam memilih jasa Kereta Api Kamandaka rute Semarang-Purwokerto ?
3. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan penumpang dalam memilih jasa Kereta Api Kamandaka rute Semarang-Purwokerto ?
4. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan penumpang dalam memilih jasa Kereta Api Kamandaka rute Semarang-Purwokerto ?

1.3 Tujuan dan Kegunaan

1.3.1 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan latar belakang dan rumusan masalah maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menganalisis dan menjelaskan secara rinci pengaruh aksesibilitas terhadap keputusan penumpang dalam memilih jasa Keret Api Kamandaka rute Semarang-Purwokerto.
2. Menganalisis dan menjelaskan secara rinci pengaruh efektivitas terhadap keputusan penumpang dalam memilih jasa Kerata Api Kamandaka rute Semarang-Purwokerto.
3. Menganalisis dan menjelaskan secara rinci pengaruh promosi terhadap keputusan penumpang dalam memilih jasa Kereta Api Kamandaka rute Semarang-Purwokerto.
4. Menganalisis dan menjelaskan secara rinci pengaruh kepercayaan terhadap keputusan penumpang dalam memilih jasa Kereta Api Kamandaka rute Semarang-Purwokerto.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan Penelitian ini diharapkan dapat member masukan bagi PT. Kereta Api Indonesia (Persero) DAOP IV Semarang untuk semakin memperbaiki dan meningkatkan jumlah konsumen/penumpang yang dapat terpenuhi dari semua aspek yang sesuai dengan keinginan dan harapan konsumen sehingga konsumen akan semakin berminat untuk menggunakan jasa transportasi kereta api, khususnya kereta api Kamandaka.
2. Bagi Peneliti Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan tentang kereta api serta menambah pengalaman di bidang jasa.
3. Bagi Masyarakat Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat pengembangan ilmu pengetahuan khususnya di bidang manajemen pemasaran dapat menjadi bahan referensi selanjutnya.

1.4 Sistematika Penulisan

Adanya sistematika penulisan adalah untuk mempermudah pembahasan dalam penulisan. Sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan & kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas tentang landasan teori yang di gunakan, penelitian terdahulu, hipotesis, dan kerangka pemikiran.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini akan dibahas variabel penelitian beserta definisi operasionalnya, penentuan sampel penelitian, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, dan metode analisis.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas tentang gambaran umum obyek penelitian, identitas responden, analisi kualitatif, analisis kuantitatif, hasil pengujian hipotesis serta implikasi manajerial.

BAB V PENUTUP

Penutup terdiri dari kesimpulan dan saran atas hasil penelitian sesuai dengan hasil analisa data yang dilakukan

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Pustaka dan Penelitian Terdahulu

2.1.1 Keputusan Penumpang

Kereta api sebagai sarana transportasi pada umumnya dipilih karena kemampuannya mengangkut muatan dalam jumlah besar melalui jarak yang jauh, mengangkut penumpang dalam jumlah besar untuk jarak sedang, dan sebagai sarana angkutan komuter di kota-kota besar.

Proses pengambilan keputusan pembelian pada setiap orang pada dasarnya sama, yang membedakan proses pengambilan keputusan tersebut adalah ciri kepribadian, usia, pendapatan dan gaya hidup masing-masing konsumen. Fakhruddin, A. (2021) keputusan pembelian adalah seleksi dari dua atau lebih pilihan alternatif.

Pengambilan keputusan oleh konsumen untuk melakukan pembelian produk atau jasa diawali dengan adanya kesadaran atas pemenuhan kebutuhan atau keinginan dan menyadari adanya masalah selanjutnya, maka konsumen akan melakukan beberapa tahap yang pada akhirnya sampai pada tahap evaluasi pasca pembelian.

Menurut Leksono, R. B., & Herwin, H. (2017), keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk. Dari berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa, biasanya konsumen selalu mempertimbangkan kualitas, harga dan produk sudah yang sudah dikenal oleh masyarakat.

Adapun tahapan-tahapan dalam proses keputusan pemilihan

1. Pengenalan Kebutuhan

Proses pembelian diawali dengan pengenalan masalah atau kebutuhan. Ketika kebutuhan diketahui maka konsumen akan memahami kebutuhan mana yang harus segera dipenuhi dan mana yang dapat

ditunda pemenuhan kebutuhannya. Dengan demikian, dari sinilah keputusan pembelian mulai dilakukan.

2. Pencarian Informasi

Konsumen yang ingin memenuhi kebutuhannya akan terdorong untuk mencari informasi produk. Pencarian informasi terdiri dari dua jenis menurut tingkatannya. Pertama adalah perhatian yang meningkat, yang ditandai dengan pencarian informasi secara aktif yang dilakukan dengan mencari informasi dari segala sumber.

3. Evaluasi Alternatif

Setelah pencarian informasi, konsumen akan menghadapi sejumlah pilihan mengenai produk yang sejenis. Pemilihan alternatif ini melalui beberapa tahap suatu proses evaluasi tertentu. Sejumlah konsep dasar akan membantu memahami proses ini. Yang pertama adalah sifat-sifat produk, bahwa setiap konsumen memandang suatu produk sebagai himpunan dari sifat atau ciri tertentu dan disesuaikan dengan kebutuhannya.

4. Keputusan Pembelian

Saat memutuskan pun biasanya ada perilaku tertentu dari individu. Situasi yang terjadi dapat tergantung pada orang lain. Jika keputusan yang diambil adalah membeli maka konsumen akan menjumpai serangkaian keputusan yang menyangkut jenis pembelian, waktu pembelian, dan cara pembelian.

5. Perilaku Setelah Pembelian

Perilaku setelah pembelian menjadi perhatian pemasar. Setelah membeli suatu produk, konsumen akan mengalami beberapa tingkatan kepuasan ataupun ketidakpuasan, ada kemungkinan konsumen tidak puas dikarenakan ada ketidaksesuaian antara harapan dan kenyataan yang dirasakannya. Ketika konsumen puas perusahaan harus mencoba terus menjalin dan mempertahankan hubungan dengan konsumen, begitu pula sebaliknya ketika konsumen tidak puas maka perusahaan

harus mencari tahu penyebab ketidakpuasan tersebut dan berusaha menarik kembali minat konsumen.

Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian Menurut Tonda, F., & Tyas, T. S. N. (2022), terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen, antara lain yaitu sebagai berikut:

1. Faktor Kebudayaan

Faktor budaya mempunyai pengaruh yang paling luas dan paling dalam, budaya merupakan penentu keinginan dan perilaku yang paling dasar. Adapun faktor-faktor kebudayaan yang turut mempengaruhi perilaku konsumen seperti budaya, sub budaya, dan kelas sosial.

2. Faktor Sosial

Manusia tidak akan pernah bisa lepas dari kehidupan sosialnya, karena itu lingkungan sosial sangat mempengaruhi bagaimana seseorang berperilaku sebagai seorang konsumen. Beberapa faktor sosial tersebut antara lain: keluarga, kelompok acuan (kelompok yang memiliki pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang tersebut), peran, dan status sosial.

3. Faktor Pribadi

Keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi. Karakteristik tersebut meliputi: usia, dan tahap siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup (*lifestyle*), serta kepribadian dan konsep diri pembeli.

4. Faktor Psikologis

Faktor yang terakhir yang mempengaruhi pilihan pembelian seseorang adalah faktor psikologis dimana empat faktor psikologi utama adalah motivasi, persepsi, pembelajaran, serta keyakinan dan sikap.

Kotler (2023) dalam bukunya menjelaskan bahwa, seseorang mungkin dapat memiliki peranan yang berbeda-beda dalam setiap keputusan pembelian. Berbagai peranan tersebut antara lain sebagai berikut:

1. Pengambilan inisiatif (*initiator*), yaitu orang yang pertama-tama menyarankan atau memikirkan gagasan membeli produk atau jasa tertentu.
2. Orang yang mempengaruhi (*influencer*), yaitu orang yang pandangan atau nasihatnya diperhitungkan dalam membuat keputusan akhir.
 1. Pembuatan keputusan (*decider*), yaitu seorang yang akan menentukan keputusan mengenai produk yang akan dibeli, cara pembayaran, dan tempat melakukan pembelian
 2. Pembeli (*buyer*), yaitu seseorang yang melakukan pembelian.
 3. Pemakai (*user*), yaitu seseorang atau beberapa orang yang menikmati atau memakai produk atau jasa.

2.1.2 Aksesibilitas

Aksesibilitas adalah suatu ukuran kenyamanan dan kemudahan dalam pencapaian transportasi terhadap fungsi dalam tata guna lahan Kawasan.

Mohammad I. A. (2021) aksesibilitas adalah lokasi yang dilalui atau mudah dijangkau sarana transportasi umum. Konsep aksesibilitas dapat diartikan sebagai ukuran kemampuan seseorang untuk berpindah dari satu tempat ke tempat yang lain dengan mudah dalam suatu kawasan atau wilayah secara luas.

Aksesibilitas menurut Pranitasari, D., & Prawira, S. A. P. A. (2020) adalah sejauh mana pelanggan dapat dengan mudah memperoleh dan menggunakan produk. Aksesibilitas memiliki dua dimensi, yaitu:

1. Ketersediaan : ditunjuk oleh faktor-faktor seperti pasokan relatif terhadap permintaan, sejauh mana produk disimpan di penyimpanan, terkait produk dan layanan.
2. Kenyamanan : ditunjukkan oleh faktor-faktor seperti waktu dan upaya yang diperlukan untuk memperoleh produk, kemudahan yang produk dapat ditemukan di dalam dan berbagai lokasi, kemasan dalam ukuran nyaman.

Aksesibilitas suatu tempat perlu memperhatikan kemudahan dari transportasi yang baik ke tempat-tempat tertentu. Aksesibilitas suatu tempat

dapat memudahkan hubungan satu tempat dengan lainnya yang didukung oleh transportasi. Tingkat aksesibilitas dipengaruhi oleh berbagai unsure seperti kondisi medan, topografi suatu wilayah, jarak, jaringan jalan, kualitas jalan, ketersediaan alat transportasi, dan lain sebagainya. Apabila unsur-unsur tersebut terpenuhi maka tingkat aksesibilitas tinggi sehingga hubungan antar wilayah terjadi kelancaran.

Lokasi merupakan faktor yang sangat penting yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Lokasi yang tepat akan membuat sebuah jasa akan lebih diminati oleh konsumen.

2.1.3 Efektivitas

Kata efektif berasal dari bahasa Inggris yaitu *effective* yang berarti berhasil atau sesuatu yang dilakukan berhasil dengan baik. Kamus ilmiah populer mendefinisikan efektivitas sebagai ketetapan penggunaan, hasil guna atau menunjang tujuan, efektivitas selalu terkait dengan hubungan antara hasil yang diharapkan dengan hasil yang sesungguhnya dicapai. Efektivitas merupakan unsur pokok untuk mencapai tujuan atau sasaran yang telah ditentukan di dalam setiap organisasi, kegiatan ataupun program disebut efektif apabila tercapai tujuan ataupun sasaran seperti yang telah ditentukan.

Hal ini sesuai dengan pendapat H. Emerson yang telah dikutip Sari, D. P., Pitoewas, B., & Yanzi, H. (2017) “Efektivitas adalah pengukuran dalam arti tercapainya tujuan yang telah ditentukan sebelumnya”.

Faktor efektivitas selalu menjadi dasar utama pencapaian tujuan yang telah ditetapkan. Hal ini karena efektivitas merupakan alat pengukur tingkat keberhasilan suatu organisasi dalam melaksanakan kegiatannya dalam rangka pencapaian suatu tujuan. Bagi seorang ahli ekonomi atau analisis keuangan, efektivitas organisasi adalah keuntungan atau laba investasi. Bagi manajer produksi, efektivitas merupakan kuantitas atau kualitas keluaran (*output*) barang atau jasa. Bagi seorang ilmuwan bidang riset, efektivitas dijabarkan dengan jumlah paten, penemuan, atau produk baru suatu organisasi. Dan bagi sejumlah sarjana ilmu sosial, efektivitas seringkali ditinjau dari sudut kualitas kehidupan pekerja.

Menurut Mulyanigtyas, M. (2018) Efektivitas adalah ukuran berhasil tidaknya pencapaian tujuan suatu organisasi mencapai tujuannya. Apabila suatu organisasi mencapai tujuan maka organisasi tersebut telah berjalan dengan efektif. Pengukuran efektivitas dapat dilakukan dengan melihat hasil kerja yang dicapai oleh suatu organisasi. Efektivitas dapat diukur melalui berhasil tidaknya suatu organisasi mencapai tujuan-tujuannya. Apabila suatu organisasi berhasil mencapai tujuan, maka organisasi tersebut dapat dikatakan telah berjalan dengan efektif.

Adapun indikator indikator efektivitas yang diungkapkan oleh Kusnadi, I. H., Luki, N., & Faqihudin, F. (2021) sebagai berikut:

1. Pemahaman Program

Pada indikator ini pemahaman program yang dimaksud ialah bagaimana suatu program direalisasikan sehingga dapat dengan mudah diterima dan dipahami. Hal ini juga dimaksudkan ketika program yang dijalankan dapat dengan mudah dan efektif dalam proses pelaksanaannya pihak yang perlu memahami ini adalah semua pihak yang terlibat dalam proses kegiatan program tersebut.

2. Tepat Sasaran

Sasaran yang dibahas dalam indikator ini merupakan hal yang perlu ditinjau secara langsung akan keberadaan program. Karena keberadaan program yang dirancang apakah sudah sesuai dengan aturan yang telah ditentukan sebelumnya. Suatu program dikatakan efektif apabila program sesuai dengan sasaran yang telah ditentukan sejak awal.

3. Tepat Waktu

Waktu merupakan hal yang sangat penting dalam suatu proses kegiatan. Ketetapan waktu dalam hal ini dimaksudkan untuk melakukan sebuah pengukuran apabila dikatakan efektif jika pelaksanaan kegiatan/program sesuai dengan aturan waktu. Semakin tepat pada saat pelaksanaan program maka semakin efektif program dapat terealisasi.

4. Tercapainya Tujuan.

Pada indikator ini mengukur keefektifan suatu program dengan mengetahui bagaimana tujuan yang telah ditentukan sejak awal dapat dicapai.

5. Perubahan Nyata.

Dalam point terakhir yaitu mengukur keefektifan dengan memberikan perubahan yang nyata, dimaksudkan bahwa aturan yang telah ditentukan sejak awal pada program ini dapat terrealisasi dengan baik sesuai dengan rencana.

2.1.4 Promosi

Promosi merupakan suatu upaya dalam menginformasikan atau menawarkan produk atau jasa yang bertujuan untuk menarik calon konsumen agar membeli atau mengkonsumsi atas produk atau jasa yang ditawarkan. Promosi adalah suatu kegiatan bidang marketing yang merupakan komunikasi yang dilaksanakan perusahaan kepada calon pembeli yang memuat pemberitaan, membujuk, dan mempengaruhi segala sesuatu mengenai produk atau jasa yang dihasilkan untuk konsumen. Segala kegiatan itu bertujuan untuk meningkatkan volume penjualan dengan menarik minat konsumen dalam mengambil keputusan membeli di perusahaan tersebut, salah satunya yaitu promosi. Dengan adanya promosi diharapkan konsumen melakukan keputusan pembelian baik untuk pertama kali ataupun pembelian ulang. Disinilah pentingnya melakukan promosi, karena diharapkan dapat memberi pengaruh terhadap peningkatan penjualan.

Promosi bermanfaat untuk meningkatkan loyalitas konsumen agar nantinya tidak beralih ke produk kompetitor yang menyediakan barang atau jasa yang serupa. Perlu diketahui, mencari pelanggan baru akan lebih mudah dibanding kamu mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Inilah yang membuat perusahaan merancang promosi penjualan yang efektif dan menarik serta lebih menguntungkan konsumen sehingga dapat ketertarikan konsumen membeli atau melakukan pembelian ulang.

Kegiatan promosi dimulai dari perencanaan, implementasi dan pengendalian komunikasi untuk menjangkau target *audience* guna mendorong terciptanya transaksi, yaitu pertukaran antara perusahaan dengan *audience*. Inti dari kegiatan promosi adalah suatu bentuk kegiatan komunikasi pemasaran yang berusaha untuk menyebarkan informasi, mempengaruhi, dan mengingatkan pasar sasaran agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan oleh perusahaan yang bersangkutan.

Menurut Muhammad, C. (2020), menyatakan ada beberapa indikator promosi penjualan yaitu sebagai berikut:

1. Menggunakan berbagai cara pendekatan.
2. Menarik perhatian pelanggan.
3. Menawarkan kekuatan dari insentif untuk membeli.
4. Mengundang dan cepat memberikan penghargaan atas respons konsumen.
5. Efeknya hanya berjangka pendek.

Fiqri, H. (2020) mengatakan bauran promosi adalah sebuah kombinasi atas penjualan pribadi, periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat dan publisitas untuk membantu terciptanya sasaran pemasaran perusahaan. Macam-macam bauran promosi:

1. Periklanan/*advertising*
Periklanan adalah bentuk promosi non personal dengan menggunakan berbagai media yang ditunjukkan untuk merangsang pembelian.
2. Promosi penjualan/*sales*
Promotion Merupakan kegiatan perusahaan untuk mengajarkan produk yang dipasarkan sedemikian rupa sehingga konsumen akan mudah untuk melihatnya bahkan dengan cara penempatan dan pengaturan tertentu maka produk tersebut menarik perhatian.
3. Hubungan masyarakat dan publikasi/*public relation and publicity*
Kepuasan pelanggan setelah melakukan pembelian tergantung pada

kesesuaian antara prestasi barang/jasa yang dibeli dengan harapan konsumen.

4. Pemasaran langsung/*direct marketing*

Berbeda dengan integrasi keuangan, integrasi ekonomi menyiratkan aspek persaingan yang menyodorkan peluang sekaligus tantangan bagi kita terhadap penawaran langsung. Peluang dengan kesempatan untuk memetik manfaat dari pasar bersama yang besar dan kenaikan aliran faktor produksi untuk mendorong pertumbuhan.

5. Penjualan personal/*personal selling*

manajemen pemasaran bukan hanya terbatas bagaimana menjual produk perusahaan sebanyak mungkin (semaksimal mungkin). Namun lebih dari itu, yakni bagaimana menjual produk perusahaan semaksimal mungkin dengan diiringi cara pelayanan yang baik dan bisa disebut penjualan personal. Hal ini berguna dalam mengantisipasi faktor jangka panjang, yaitu dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan pelanggan yang pada akhirnya dapat mempertahankan serta meningkatkan faktor penjualan.

2.1.5 Kepercayaan

Kepercayaan konsumen didefinisikan sebagai pemikiran, perasaan, emosi, atau perilaku yang dimanifestasikan ketika pelanggan merasa bahwa penyedia dapat diandalkan untuk bertindak demi kepentingan terbaik mereka ketika mereka menyerahkan kontrol langsung (Mambu, T. R., Tampi, J. R., & Mukuan, D. D. 2021).

Menurut Susilawati, R. (2016) kepercayaan adalah kesediaan pihak perusahaan untuk mengandalkan mitra bisnis. Kepercayaan tergantung pada sejumlah faktor interpersonal dan antarorganisasi, seperti kompetensi perusahaan, integritas, kejujuran dan kebaikan. Perusahaan harus membuat pelanggan merasakan bahwa perusahaan dapat dipercaya sehingga mampu menciptakan hubungan baik dengan pelanggan. Kepercayaan merupakan faktor utama yang dipertimbangkan Ketika konsumen memilih atau membeli suatu produk.

Kepercayaan konsumen akan timbul apabila konsumen sudah merasakan kepuasan karena telah menggunakan produk tersebut. Jika konsumen sudah merasakan kepuasan dan kenyamanan konsumen tidak akan mudah meninggalkan atau mengganti produk tersebut. Salah satu faktor yang mempengaruhi kepercayaan konsumen untuk membeli adalah persepsi harga. Kesesuaian harga akan memperlihatkan dampak yang positif dan signifikan terhadap kepercayaan konsumen untuk membeli barang tersebut.

Menurut Wardhana, R. K. (2016) terdapat 3 (tiga) elemen yang membentuk kepercayaan yaitu:

1. Kemampuan (*Ability*)

Kemampuan berkaitan dengan kompetensi dan karakteristik dari para pelaku dalam memberikan layanan kepada konsumennya. Dengan kata lain konsumen perlu mendapat jaminan kepuasan dan keamanan dari para penyedia jasa dalam melakukan transaksi. Termasuk dalam kemampuan adalah kompetensi, pengalamannya, kemampuan dalam ilmu pengetahuan.

2. Integritas (*Integrity*)

Integritas merupakan komitmen pelaku dari para penyedia jasa untuk menjalankan aktivitas bisnis yang benar-benar sesuai janji yang telah disampaikan kepada konsumen. Hal ini akan menyebabkan institusi/perusahaan dapat dipercaya atau tidak oleh konsumennya. Integritas dapat diukur melalui beberapa aspek yaitu kewajaran (*fairness*), pemenuhan (*fulfillment*), kesetiaan (*loyalty*), keterusterangan (*honesty*), keterkaitan (*dependability*), dan kehandalan (*reliability*).

3. Kebajikan (*Benevolence*)

Kebajikan merupakan komitmen penyedia jasa untuk mampu memberikan kepuasan kepada konsumen. Perusahaan tidak hanya sekedar mengejar maksimalisasi profit melainkan juga harus memperhatikan kepuasan konsumennya. *Benevolence* meliputi aspek-aspek perhatian, empati, keyakinan, dan daya terima.

Sikap konsumen adalah faktor penting yang akan mempengaruhi keputusan konsumen terhadap informasi suatu produk. Konsep sikap terkait dengan konsep kepercayaan dan perilaku. Istilah pembentukan sikap konsumen seringkali menggambarkan hubungan antara kepercayaan, sikap, dan perilaku. Konsumen biasanya memiliki kepercayaan terhadap atribut suatu produk yang mana atribut tersebut merupakan image yang melekat dalam produk tersebut (Shilawati, A. 2020).

Pranitasari, D., & Prawira, S. A. P. A. Istiyono, W. A., & Rizal, A. (2022) Kepercayaan adalah kondisi psikologis yang ada saat seseorang setuju untuk membuat diri seseorang rentan terhadapnya lain karena Anda memiliki harapan positif tentang bagaimana keadaan akan berubah. indikator kepercayaan adalah sebagai berikut:

1. *Integritas*

Integritas merupakan kebenaran dari produk atau servis yang diharapkan.

2. *Kompetensi*

Kompetensi adalah pengetahuan dan keterampilan teknis dan interpersonal yang dimiliki individu dari produk atau servis yang diharapkan.

3. *Konsistensi*

Konsistensi adalah sesuatu yang berhubungan dengan kendala, kemampuan memprediksi dan penilaian individu jitu dalam menangani situasi dari produk atau jasa yang diharapkan.

Kepercayaan merupakan cara yang paling penting dalam membangun hubungan dalam jangka Panjang dengan konsumen Biasanya konsumen akan memiliki kepercayaan terhadap suatu produk yang mana produk tersebut sudah terbukti dari segi keamanan dan kenyamanan. Cara mendapatkan kepercayaan dari para konsumen yaitu,

1. Menjamin keamanan konsumen
Dapat dilakukan dengan memberikan rasa aman kepada konsumen ketika membeli atau bertransaksi dengan bisnis atau website yang dikelola.
2. Buatlah produk atau jasa melebihi ekspektasi konsumen
Ada beberapa hal yang dapat dilakukan untuk menyenangkan konsumen, seperti: mengirimkan produk atau layanan lebih cepat dari yang diharapkan, menyediakan kemasan yang baik. Bisa juga dengan mengirimkan pesanan konsumen lebih awal dari yang diharapkan, sehingga pelanggan akan puas dengan layanan yang diberikan.
3. Manfaatkan media sosial untuk mempromosikan produk
Dengan aktif di media sosial dapat membantumeningkatkan popularitas bisnis, meningkatkan lebih banyak pengikut, hingga membuat pengikut media sosial dapat merasakan kehadiran bisnis yang dikelola. Semakin sering sebuah terpampang pada laman media sosial, semakin cepat kepercayaan itu terbentuk.

2.1.6 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini memiliki hubungan terkait pada penelitian terdahulu sebelumnya dan berfungsi sebagai acuan peneliti dalam membuat penelitian selanjutnya. Hal-hal yang diteliti dalam penelitian sebelumnya dapat menjadi pedoman bagi peneliti lain dalam bidang yang sama. Berikut merupakan table dengan isi beberapa penelitian terdahulu :

Tabel 2.1

Rujukan Hasil Penelitian Terdahulu Untuk Variabel Aksesibilitas

Judul	Faktor – Faktor Penentu Waktu, Aksesibilitas, Biayatransport, Pendapatan Terhadap Penggunaan Jasa Transportasi Transkoetaradja Kota Banda Aceh (Studi Kasus: Koridor I Keudah – Darussalam 2018/2019)
-------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Sumber Penelitian	Lukmana Yushar dan Fakhruddin(2019)
Variabel Penelitian	Variabel Independen : X1 : Waktu X2 : Aksesibilitas X3 : Biaya Transport X4 : Pendapatan Variabel Dependen Y : Faktor Penggunaan Bus Transkoetaradja
Metode Analisis	Metode Deskriptif
Hasil Penelitian	Berdasarkan pada hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan terkait dengan faktor – faktor apa saja yang menyebabkan masyarakat Kota Banda Aceh enggan menggunakan Trans Koetaradja (Studi Kasus Koridor I Keudah – Darussalam). Secara simultan variabel – variabel independen yang meliputi pada penelitian ini ialah Pendapatan, Aksesibilitas, Waktu dan Biaya transport, maka penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut: 1. Variabel pendapatan menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan terhadap pengguna maupun Non Pengguna Trans Koetaradja Kota Banda Aceh yang mana dapat dilihat dengan nilai Asymp.sig $0.01 < 0.05$ dan dapat disimpulkan H_0 ditolak. 2. Variabel waktu secara point inti pada pertanyaan C1 dan D7 menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan terhadap pengguna/Non pengguna Trans Koetaradja Kota Banda Aceh yang mana terdapat nilai Asmp.sig $0.02 < 0.05$ dan dapat disimpulkan H_0 ditolak

Hubungan dengan penelitian	Penelitian terdahulu dan penelitian sekarang mempunyai kesamaan yaitu adanya hubungan antara Aksesibilitas terhadap Keputusan Penumpang
----------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Sumber : Jurnal penelitian terdahulu yang dipublikasikan di *google scholar*

Tabel 2.2

Rujukan Hasil Penelitian Terdahulu Untuk Variabel Efektivitas

Judul	Analisis Efektivitas Transportai Ojek Online sebagai Pilihan Moda Transportasi di Kecamatan Tamalanrea
Sumber Penelitian	Ratri Marsellah, Irma Eki Saputri Meronda, St. Fauziah Badaron, Mukhtar Thahir Syarkawi, Winarno Arifin (2022)
Variabel Penelitian	Variabel Independen : X1 : Efektivitas Indikator : X1.1 = Biaya X1.2 = Ketepatan waktu X1.3 = Kualitas X1.4 = Keselamatan Variabel Dependen Y : Pemilihan Moda Transportasi
Metode Analisis	Regresi Linear Berganda
Hasil Penelitian	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel biaya merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap pemilihan moda transportasi sebesar 25,5% dan variabel kualitas dan keselamatan merupakan variabel yang mempunyai pengaruh paling rendah terhadap pemilihan moda transportasi sebesar 25,3%. Tingkat efektivitas ojek online (Grab) secara signifikan dikatakan efektif mencapai 74.46% atau baik. Berdasarkan dari keempat variabel yang

	mempengaruhi efektivitas seperti variabel biaya, ketepatan waktu, kualitas dan keselamatan.
Hubungan dengan penelitian	Penelitian terdahulu dan penelitian sekarang mempunyai kesamaan yaitu adanya hubungan antara Efektivitas terhadap Keputusan Penumpang.

Sumber : Jurnal penelitian terdahulu yang dipublikasikan di *google scholar*

Tabel 2.3

Rujukan Hasil Penelitian Terdahulu Untuk Variabel Promosi

Judul	Pengaruh Promosi dan Harga terhadap Keputusan Membeli Tiket Maskapai Penerbangan Lion Air Rute Lampung-Jakarta
Sumber Penelitian	Sitti Subekti (2017)
Variabel Penelitian	Variabel Independen : X1 : Promosi X2 : Harga Variabel Dependen Y : Keputusan Membeli Tiket
Metode Analisis	Metode Kualitatif
Hasil Penelitian	Hasil analisis yang telah dilakukan menemukan bahwa promosi dan harga memiliki nilai t hitung sebesar 3,987 dan 5,518 dengan tingkat signifikansi 0,000 (kurang dari taraf nyata 5%) sehingga dengan tingkat kepercayaan 95% terdapat pengaruh signifikan dari variabel promosi (X1) dan harga (X2) terhadap keputusan membeli tiket penerbangan (Y). Nilai koefisien β promosi dan harga sebesar 0.371 dan 1.020. Nilai F hitung sebesar 78,508 dengan signifikansi p-value sebesar 0,000 yang lebih kecil

	<p>dari taraf nyata 5% (dengan tingkat kepercayaan 95%) diketahui terdapat pengaruh bersama-sama (simultan) yang signifikan antara variabel promosi dan harga terhadap keputusan membeli tiket maskapai penerbangan Lion Air rute Lampung-Jakarta. Nilai R square adjusted adalah 0.616, hal ini berarti sebesar 61.6% keragaman keputusan membeli tiket penerbangan disebabkan oleh promosi dan harga, sedangkan sisanya sebesar 38.4% disebabkan oleh variabel lain di luar penelitian ini. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan disimpulkan hal-hal sebagai berikut: (1) promosi berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan membeli tiket penerbangan Lion Air rute Lampung-Jakarta, (2) harga berpengaruh Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Membeli Tiket Maskapai Penerbangan Lion Air Rute Lampung- 137 Jakarta, Sitti Subekti signifikan positif terhadap keputusan membeli tiket penerbangan Lion Air Rute Lampung-Jakarta dan (3) promosi dan harga secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap keputusan membeli tiket penerbangan Lion Air Rute Lampung-Jakarta.</p>
Hubungan dengan penelitian	<p>Penelitian terdahulu dan penelitian sekarang mempunyai kesamaan yaitu adanya hubungan antara promosi terhadap keputusan penumpang.</p>

Sumber : Jurnal penelitian terdahulu yang dipublikasikan di *google scholar*

Tabel 2.4

Rujukan Hasil Penelitian Terdahulu Untuk Variabel Kepercayaan

Judul	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Moda Transportasi Ojek Online
-------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	(studi kasus pada gojek/go ride di kelurahan halim perdanakusuma, jakarta timur)
Sumber Penelitian	Ridho Alfian dan Wasis Gunadi (2021)
Variabel Penelitian	Variabel Independen : X1 : Kualitas Pelayanan X2 : Kepercayaan Variabel Dependen Y : Kepuasan Pelanggan
Metode Analisis	Analisis Regresi Linear Berganda
Hasil Penelitian	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pada taraf nyata 5%, baik secara parsial maupun simultan, Kualitas Pelayanan dan atau Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada moda transportasi ojek online, yang ditunjukkan oleh persamaan regresi: $Y = 17,129 + 0,719 X1 + 0,819 X2$, dimana: Y=Kepuasan Pelanggan, X1=Kualitas Pelayanan dan X2=Kepercayaan. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan adalah sebesar 50,8%, yang merupakan koefisien determinasi dari persamaan regresi tersebut di atas.</p> <p>Berdasarkan pembahasan hasil penelitian, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut: 1. Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. 2. Kepercayaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. 3. Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Adapun</p>

	persamaan regresinya adalah $Y = 17,129 + 0,719 X_1 + 0,819 X_2$ dengan koefisien determinasi sebesar 50,8%.
Hubungan dengan penelitian	Penelitian terdahulu dan penelitian sekarang mempunyai kesamaan yaitu adanya hubungan antara Kepuasan terhadap keputusan penumpang.

Sumber : Jurnal penelitian terdahulu yang dipublikasikan di *google scholar*

Tabel 2.5
Rujukan Hasil Penelitian Terdahulu Untuk Variabel Keputusan Penumpang

Judul	Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan penumpang
Sumber Penelitian	Arif Fakhruddin, Kifni Yudianto, dan Melly A.D. (2022)
Variabel Penelitian	Variabel Independen : X1 : Harga X2 : Citra X3 : Pelayanan Variabel Dependen Y : Keputusan Penumpang
Metode Analisis	Metode Kuantitatif
Hasil Penelitian	Berdasarkan hasil penelitian terkait dengan pelayanan maskapai Garuda Indonesia disarankan untuk lebih meningkatkan citra perusahaan agar mampu mempengaruhi keputusan penumpang. Citra Perusahaan dapat ditingkatkan dari pelayanan pada saat <i>pre-flight</i> , <i>in-flight</i> maupun <i>post-flight</i> , dengan harga yang bersahabat tentu disesuaikan dengan pelayanan agar memberikan suatu kelebihan kepada penumpang. Terlebih Garuda Indonesia merupakan salah satu maskapai yang

	mempunyai citra perusahaan yang baik dan disarankan dapat meningkatkan pandangan penumpang dari segi citra sehingga akan meningkatkan kepercayaan dan kepuasan dalam menggunakan layanan maskapai Garuda Indonesia dikemudian hari.
Hubungan dengan penelitian	Variabel Keputusan Penumpang dalam jurnal penelitian terdahulu digunakan sebagai rujukan untuk variabel Keputusan Penumpang.

Sumber : Jurnal penelitian terdahulu yang dipublikasikan di *google scholar*

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian terdahulu di mana dari setiap penelitian terdahulu yang penulis gunakan sebagai rujukan terdapat variabel yang berhubungan. Dalam penelitian-penelitian terdahulu yang telah dipaparkan di atas, terdapat satu atau lebih variabel independen (X) diantaranya Aksesibilitas (X1), Efektivitas (X2), Promosi (X3), dan Kepercayaan (X4) yang memiliki hubungan terhadap variabel dependen (Y) yaitu Keputusan Penumpang (Y1). Dalam penelitian ini penulis mengembangkan variabel independen (X) dan variabel dependen (Y) dari penelitian-penelitian terdahulu dalam tempat penelitian yang berbeda yaitu pengaruh antara Aksesibilitas(X1), Efektivitas (X2), Promosi (X3), dan Kepercayaan (X4) terhadap Keputusan Penumpang (Y1) pemilihan Kereta Api Kamandaka rute Semarang-Purwokerto.

2.2 Hipotesis

Menurut Sugiyono (2016) Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum berdasarkan pada fakta-fakta yang empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Penelitian yang merumuskan hipotesis adalah penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif. Pada penelitian kualitatif tidak

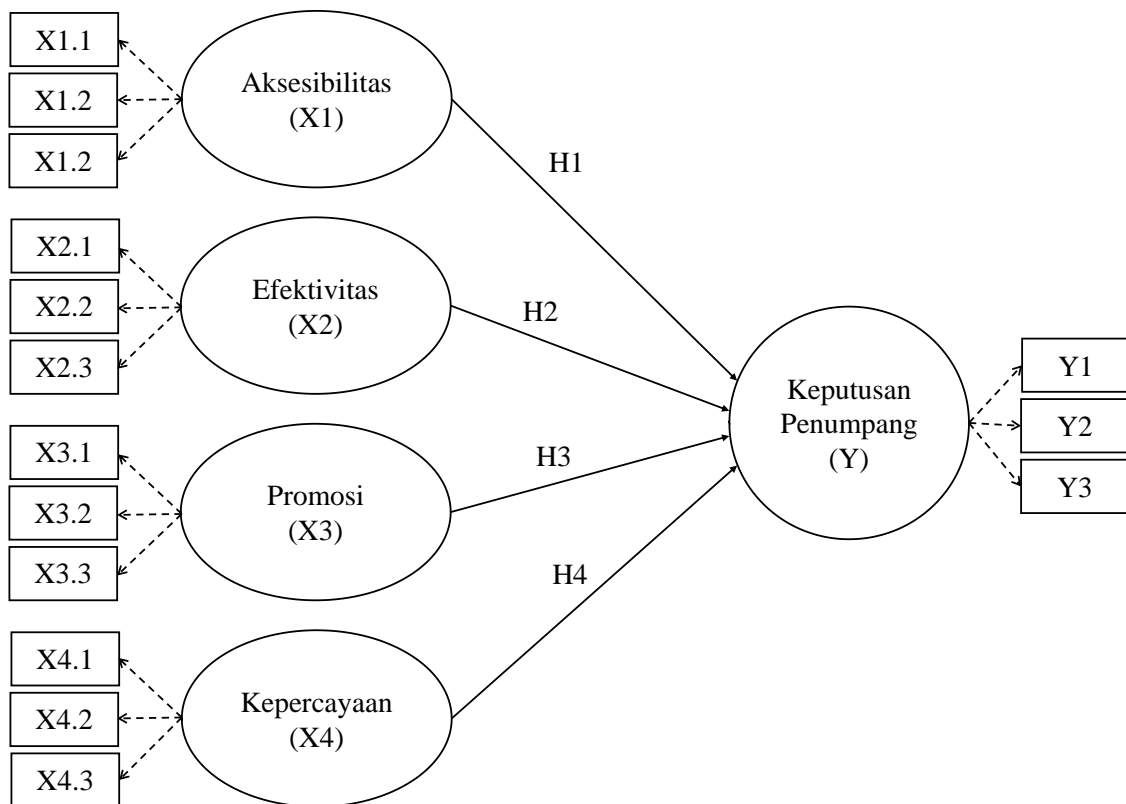
dirumuskan hipotesis, tetapi justru diharapkan dapat ditemukan hipotesis. Selanjutnya hipotesis, tersebut akan diuji oleh peneliti dengan menggunakan pendekatan kuantitatif.

Sesuai dengan variabel-variabel yang akan diteliti maka hipotesis yang akan diajukan dalam penelitian ini yaitu :

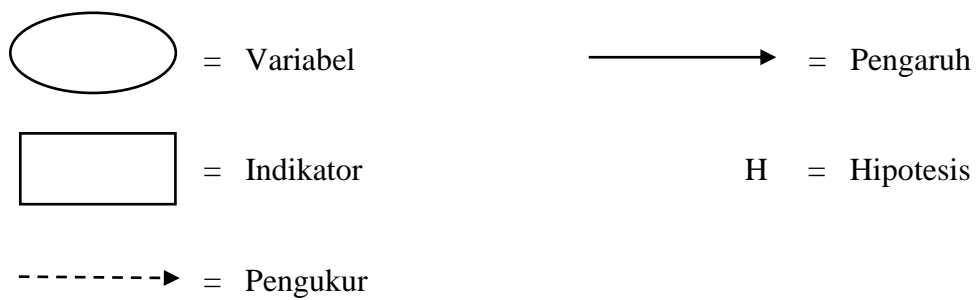
- H1 : Diduga Aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penumpang dalam Memilih Jasa Kereta Api Kamandaka Jurusan Semarang-Purwokerto.
- H2 : Diduga Efektivitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penumpang dalam Memilih Jasa Kereta Api Kamandaka Jurusan Semarang-Purwokerto.
- H3 : Diduga Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penumpang dalam Memilih Jasa Kereta Api Kamandaka Jurusan Semarang-Purwokerto.
- H4 : Diduga Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penumpang dalam Memilih Jasa Kereta Api Kamandaka Jurusan Semarang-Purwokerto.

2.3 Kerangka Pemikiran

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran



Keterangan :



Keterangan Variabel dalam penelitian :

X1 : Aksesibilitas

Indikator-indikator

X1.1 : Berjalan Kaki

X1.2 : Menggunakan Kendaraan Pribadi

X1.3 : Memanfaatkan Angkutan Umum

X2 : Efektivitas

Indikator-indikator

X2.1 : Sarana Dan Prasarana

X2.2 : Kinerja Pegawai

X2.3 : Ketepatan waktu

X3 : Promosi

Indikator-Indikator

X3.1 : Periklanan

X3.2 : Hubungan Dengan Masyarakat

X3.3 : Penjualan Langsung

X4 : Kepercayaan

Indikator-indikator

X4.1 : Integritas

X4.2 : Kopetensi

X4.3 : Kosistensi

Y : Keputusan Penumpang

Indikator-indikator

Y1 : Tidak Akan Berpindah

Y2 : Memberikan Rekomendasi Kepada Orang Lain

Y3 : Kemantapan Akan Kualitas

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Variable Penelitian dan Definisi Operasional

3.1.1 Variable Penelitian

Variable penelitian merupakan kegiatan menguji hipotesis, yaitu menguji kecocokan antara teori dan fakta empiris di dunia nyata. Variable adalah suatu sebutan yang dapat diberi nilai angka (kuantitatif) atau nilai mutu (kuantitatif). Variabel merupakan pengelompokan secara logis dari dua atau lebih atribut dari objek yang diteliti. Menurut Sugiyono (2019) Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

1. Variabel Bebas (*Independence Variable*)

Variabel bebas atau sering disebut dengan variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Hal ini berarti variabel bebas ini berdiri sendiri tanpa dipengaruhi oleh variabel lainnya. Penelitian ini variabel bebas (*independence variable*) antara lain:

- a. Aksesibilitas (X_1)
- b. Efektifitas (X_2)
- c. Promosi (X_3)
- d. Kepercayaan (X_4)

2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, adanya variabel bebas. Maka variabel dependen ini yang sebaiknya dikupas tuntas pada latar belakang penelitian. Karena adanya variabel bebas, variabel terikat biasanya terletak di akhir judul suatu penelitian. Variabel terikat (*dependent variable*) yang digunakan dalam penelitian ini adalah Keputusan pemilihan (Y).

3.1.2 Definisi Operasional

Definisi operasional adalah variabel penelitian dimaksudkan untuk menjabarkan variabel-variabel tertentu yang timbul dalam suatu penelitian kedalam indikator-indikator terperinci, sehingga akan mempermudah pengamatan maupun pengukuran. Variabel yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah variabel penelitian yang mempengaruhi keputusan pemilihan Kereta Api (Y) Aksesibilitas (X_1), Efektivitas (X_2), Promosi (X_3), Kepercayaan (X_4).

1. Variabel Bebas (Variabel Independen)

a. **Aksesibilitas (X_1)**

Aksesibilitas merupakan ukuran kemudahan lokasi untuk dijangkau dari lokasi lainnya melalui sistem transportasi. Ukuran keterjangkauan atau aksesibilitas meliputi kemudahan waktu, biaya, dan usaha dalam melakukan perpindahan antar tempat-tempat atau kawasan.

indikator-indikator yang digunakan sebagai tolak ukur variabel kepercayaan (X_1) yaitu:

1. Berjalan Kaki

Kemudahan penumpang dalam menuju ke stasiun dapat dijangkau dengan berjalan kaki, serta stasiun mempunyai jalan khusus untuk para penumpang yang berjalan kaki.

2. Menggunakan Kendaraan Pribadi

Kendaraan Pribadi adalah angkutan yang menggunakan kendaraan pribadi seperti, sepeda motor, sepeda, dan mobil pribadi. Dalam hal ini mobil pribadi lebih efisien dan lebih baik.

3. Menggunakan Kendaraan Umum

Merupakan sarana angkutan untuk masyarakat secara umum supaya dapat melaksanakan kegiatannya. Ketersediaan transportasi umum sudah cukup banyak sehingga dapat

memudahkan seseorang berpindah tempat dari suatu tempat ke tempat lainnya.

b. **Efektivitas (X_2)**

Efektivitas adalah suatu tingkat keberhasilan yang dihasilkan oleh seseorang atau organisasi dengan cara tertentu sesuai dengan tujuan yang hendak dicapai. Dengan kata lain, semakin banyak rencana yang berhasil dicapai maka suatu kegiatan dianggap semakin efektif.

indikator-indikator yang digunakan sebagai tolak ukur variabel kepercayaan (X_2) yaitu:

1. Sarana dan Prasarana

Sarana kereta api merupakan penyelenggara utama dan pokok dalam kegiatan perkeretaapian, dan Prasarana kereta api adalah segala sesuatu yang dibutuhkan dalam kegiatan perkeretaapian dan sebagai faktor utama terselenggaranya kegiatan perkeretaapian yang sifatnya permanen.

2. Kinerja Pegawai

Kinerja pegawai adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seseorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya.

3. Ketepatan Waktu

Kinerja ketepatan waktu (*on-time performance*) merupakan ketepatan waktu pada keberangkatan atau kedatangan kereta api sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan GAPEKA (Grafik Perjalanan Kereta Api).

c. **Promosi (X_3)**

Promosi adalah suatu bentuk kegiatan komunikasi pemasaran yang berusaha untuk menyebarkan informasi, mempengaruhi, dan mengingatkan pasar sasaran agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan oleh

perusahaan yang bersangkutan. Indikator-indikator yang digunakan sebagai tolak ukur variabel promosi (X_3) yaitu:

1. Periklanan

Periklanan adalah bentuk promosi non personal dengan menggunakan berbagai media yang ditunjukkan untuk merangsang pembelian.

2. Hubungan Dengan Masyarakat

Kepuasan pelanggan setelah melakukan pembelian tergantung pada kesesuaian antara prestasi barang/jasa yang dibeli dengan harapan konsumen.

3. Penjualan Langsung

Penjualan langsung adalah proses pemasaran produk secara langsung kepada konsumen. Biasanya melalui penjualan secara langsung antara penjual dengan konsumen.

d. Kepercayaan (X_4)

Kepercayaan merupakan kemauan individu guna bertumpu pada orang lain yang mana kita mempunyai keyakinan pada orang tersebut. Kepercayaan berhubungan dengan keyakinan, bahwa sesuatu itu benar atau salah atas dasar bukti, sugesti, otoritas, pengalaman. Indikator-indikator yang digunakan sebagai tolak ukur variabel kepercayaan (X_4) yaitu:

1. Integritas

Integritas merujuk pada kebenaran dari produk atau servis yang diharapkan. Integritas adalah seberapa besar keyakinan seseorang terhadap penjual untuk menjaga dan memenuhi kesepakatan yang telah dibuat kepada konsumen.

2. Kompetensi

Kemampuan berkaitan dengan pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki produk tersebut. Kompetensi adalah keyakinan seseorang terhadap kemampuan yang dimiliki penjual untuk membantu konsumen dalam

melakukan sesuatu sesuai dengan yang dibutuhkan konsumen tersebut. Kompetensi merupakan kemampuan penjual untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

3. Konsistensi

Konsistensi berkaitan dengan kendala, kemampuan memprediksi dan penilaian individu itu dalam menangani situasi dari produk yang diharapkan. Konsistensi juga bisa diartikan sebagai ketetapan suatu produk.

2. Variabel Terikat (variabel dependen)

a. Keputusan Penumpang(Y)

Keputusan pemilihan merupakan suatu proses penyelesaian masalah yang meliputi pengenalan dari kebutuhan atau keinginan, mencari informasi, penilaian beberapa alternative, keputusan pemilihan, serta perilaku setelah pemilihan.

1. Tidak Akan Berpindah

Konsumen akan selalu menggunakan produk jika konsumen merasa aman dan keamanannya terjamin. Dan tidak akan berpindah ke produk lain.

2. Memberikan Rekomendasi Kepada Orang Lain

Apabila konsumen sudah merasakan kepuasan, maka konsumen akan memberikan rekomendasi produk kepada orang lain, sehingga semakin banyak yang menggunakan produk jasa tersebut.

3. Kemantapan akan kualitas

Kualitas suatu produk jasa yang memiliki nilai jual yang lebih dan keunggulan di mata calon konsumen.

3.2 Penentuan Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi adalah keseluruhan jumlah yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh

peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi, populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain.

Dalam penelitian ini populasi yang dimaksud adalah pengguna jasa Kereta Api Kamandaka di Semarang baik yang sudah beberapa kali menggunakan jasa ini maupun yang baru pertama kali mencoba menggunakannya. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini jumlahnya sebesar 50.854 penumpang di bulan Oktober - Desember 2022 (PT. KAI Daerah Operasi IV Semarang).

3.2.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan penulis tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka penulis dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul mewakili dan harus valid.

Menurut Sugiyono (2016) Teknik sampling pada dasarnya dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu *probability* sampling dan *nonprobability sampling*. Berikut ini adalah penjelasan teknik sampling *probability* dan teknik sampling *nonprobability* sampling :

Dalam penelitian ini anggota sampel adalah pengguna Kereta Api Kamandaka. Untuk menentukan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan. Dalam penentuan jumlah sampel penelitian menggunakan rumus *Slovin* sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n : Ukuran sampel

N : Populasi

e : Prosentasi kelonggaran ketidakterikatan karena kesalahan pengambilan sampel yang masih diinginkan (10%)

Perhitungan pengambilan jumlah sampel:

$$n = \frac{50.854}{1 + (50.854 (0.1))^2}$$

$$n = \frac{50.854}{1+508,5}$$

$$n = \frac{50.854}{509,54}$$

$n = 99,80$ dibulatkan menjadi 100

Maka jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden atau sampel. Menurut Sugiyono (2018) Teknik sampling data pada dasarnya dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu *probability* sampling dan *nonprobability* sampling. Berikut ini adalah penjelasan teknik *probability* sampling dan *nonprobability* sampling :

1. *Probability* Sampling

Probability Sampling adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.

a. *Simple Random Sampling*

Dikatakan simple (sederhana) karena pengambilan anggota sampel dari populasi dikatakan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.

b. *Proportionate Stratified Random Sampling*

Teknik ini digunakan bila populasi mempunyai anggota/unsur yang tidak homogen dan berstrata setara proporsional.

c. *Disproportionate Stratified Random Sampling*

Teknik ini digunakan untuk menentukan jumlah sampel, bila populasi berstrata tetapi kurang proporsional.

d. *Cluster Sampling* (Area Sampling)

Teknik sampling daerah digunakan untuk menentukan sampel bila objek yang akan diteliti atau sumber data sangat luas, missal penduduk dari suatu negara, provinsi atau kabupaten.

2. *Nonprobability Sampling*

Nonprobability Sampling teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Berikut teknik pengambilan sampel menggunakan *nonprobability sampling*, yaitu :

1. *Sampling Sistematis*

Sampling sistematis adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan urutan dari anggota populasi yang telah diberi nomor urut.

2. *Sampling Kuota*

Sampling kuota adalah teknik untuk menentukan sampel dari populasi yang mempunyai ciri-ciri tertentu sampai jumlah (kuota) yang diinginkan.

3. *Sampling Insidental*

Sampling insidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

4. *Sampling Purposive*

Sampling purposive adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.

5. *Sampling Jenuh*

Sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel.

6. Snowball Sampling

Snowball sampling adalah teknik penentuan sampel yang mula-mula populasi digunakan sebagai sampel.

Dalam penelitian ini sampel yang dipakai yaitu teknik pengambilan sampel *nonprobability* sampling dengan metode yang digunakan adalah sampling insidental, yaitu teknik penentuan jumlah sampel berdasarkan data dari jumlah populasi 50.854. Syarat pada sampel ini :

- a. Pengguna Kereta Api Kamandaka di Semarang (minimal 2x)
- b. Berusia 18 – 50 tahun

3.3 Jenis dan Sumber

3.3.1 Jenis Data

Menurut Sugiyono (2016) Dalam Penelitian ini menggunakan 2 (dua) jenis data, antara lain:

1. Data Kualitatif

Data kualitatif adalah data yang dicatat bukan berbentuk angka-angka tetapi dengan menggunakan klasifikasi-klasifikasi. Data ini merupakan metode pengolahan data dalam bentuk uraian-uraian tentang fenomena yang diteliti berdasarkan teori-teori terkait dengan masalah yang dianalisa. Misalnya wawancara, analisis dokumen, atau observasi yang telah dituangkan dalam catatan.

2. Data Kuantitatif

Data kuantitatif adalah kumpulan angka-angka hasil observasi atau pengukuran, metode analisis data yang dilakukan dengan menggunakan teknik-teknik perhitungan statistik terhadap data yang berbentuk angka, sehingga data yang terkumpul dapat diujikan secara kuantitatif.

3.3.2 Sumber Data

Menurut Sugiyono (2016) ada terdapat dua jenis sumber data yaitu:

1. Data primer

Data primer merupakan data yang diolah dan disajikan dalam penelitian ini. Seperti hasil dari pengisian angket, berupa data yang diperoleh dari responden tentang analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan Penumpang dalam menggunakan transportasi KA Kamandaka.

2. Data Skunder

Data sekunder digunakan sebagai pelengkap yang berkaitan dengan bidang penelitian. Data sekunder yang diperoleh berupa dokumentasi resmi dari instansi, jurnal-jurnal penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian mengenai analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan penumpang dalam menggunakan transportasi KA Kamandaka. Data tersebut seperti:

- a. Daftar jumlah penumpang kereta dalam tiga bulan kereta beroperasi.
- b. Pustaka yang berhubungan dengan penelitian ini.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2016) Terdapat dua hal utama yang mempengaruhi kualitas dan hasil penelitian, yaitu kualitas instrumen penelitian dan kualitas pengumpulan data. Pada penelitian ini digunakan beberapa metode dalam melakukan pengumpulan data sebagai berikut:

1. Metode Observasi

Observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian. Dalam hal ini objek penelitian pengguna jasa KA Kamandaka di Semarang yang bertujuan untuk mendapatkan gambaran atau tanggapan responden terhadap variabel.

2. Studi Pustaka

Studi pustaka adalah dengan mengambil dari literatur-literatur yang berhubungan dengan masalah analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pemilihan KA Kamandaka.

3. Metode Dokumentasi

Dokumentasi yaitu metode yang digunakan penulis untuk mendapatkan data dari dokumen-dokumen yang ada di tempat melakukan penelitian.

4. Metode Kuisisioner

Merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab pertanyaannya. Responden yang dimaksud adalah penumpang KA Kamandaka.

5. Wawancara

Wawancara yang digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit.

3.5 Metode Analisis Data

3.5.1 Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2016) yaitu metode yang menitik beratkan pada masalah atau peristiwa yang berlangsung, untuk memberikan gambaran secara jelas tentang situasi dan kondisi yang ada. Pengguna analisis deskriptif ini ditunjukkan untuk mengetahui gambaran. Penelitian yang dilakukan pada populasi (tanpa diambil sampelnya) jelas akan menggunakan statistik deskriptif dalam analisisnya. Tetapi bisa penelitian dilakukan dalam sampel maka analisisnya dapat menggunakan statistik deskriptif maupun inferensial.

3.5.2 Analisis Kuantitatif

Menurut Sugiyono (2015) Dalam analisis kuantitatif dimaksudkan untuk memperhitungkan atau memperkirakan besarnya pengaruh secara kuantitatif dari perubahan sesuatu atau beberapa kejadian terhadap kejadian lainnya. Pada penelitian ini untuk mendapatkan data kuantitatif, diperoleh dari data kuisisioner yang merupakan data kualitatif kemudian dirubah menjadi data kuantitatif dengan menggunakan skala likert yang diperoleh dari daftar

pertanyaan yang digolongkan ke dalam 5 (lima) tingkat adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1
SKALA LIKERT

Jawaban	Nilai
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Cukup Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber Tabel : Metodologi Penelitian Pendidikan. Sugiyono, (2015)

3.5.3 Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Uji validitas item digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan tersebut mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2016) Menentukan valid atau tidaknya suatu kuesioner dapat ditentukan sebagai berikut:

Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel dan konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Metode yang sering digunakan dalam penelitian untuk mengukur skala rentangan adalah *Cronbach Alpha*. Maksudnya apakah alat ukur tersebut akan mendapatkan pengukuran yang tetap konsisten jika pengukuran diulang kembali (Ghozali, 2016). Menurut (Ghozali,2016) Penilaian reliabilitas dapat dilihat dibawah ini:

Cronbach Alpha $\geq 0,70$: Reliabilitas diterima

3.5.4 Uji Asumsi Klasik

1. Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau *residual* memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa Uji t dan Uji f mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Sehingga jika asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil (Ghozali,2016). Beberapa metode uji normalitas menurut (Ghozali,2016) antara lain:

a. Metode grafik

Dengan melihat normal *probability* plot yang membandingkan distribusi kumulatif dan distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk suatu garis diagonal, dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonalnya. Jika residu normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.

b. Metode uji *One Sample Kolmogorov Smirnov*

Uji *One Sample Kolmogorov Smirnov* digunakan untuk mengetahui distribusi data, apakah mengikut distribusi normal. Untuk mengetahui residual terdistribusi normal atau tidak jika nilai signifikansi $> 0,05$.

2. Multikolinearitas

Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditentukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik harusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol (Ghozali, 2016).

Metode uji multikolinearitas yang umum digunakan, yaitu dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Inflation Factor* (VIF) pada model regresi.

3. Jika $VIF < 10$ dan $Tolerance > 0,1$, maka model regresi bebas dari multikolinearitas.
4. Menganalisis matrik korelasi variabel-variabel independen. Jika antara variabel independen ada korelasi yang cukup tinggi (umumnya diatas 0,90), maka hal ini merupakan indikasi adanya multikolinieritas (Ghozali, 2016).

3. Autokorelasi

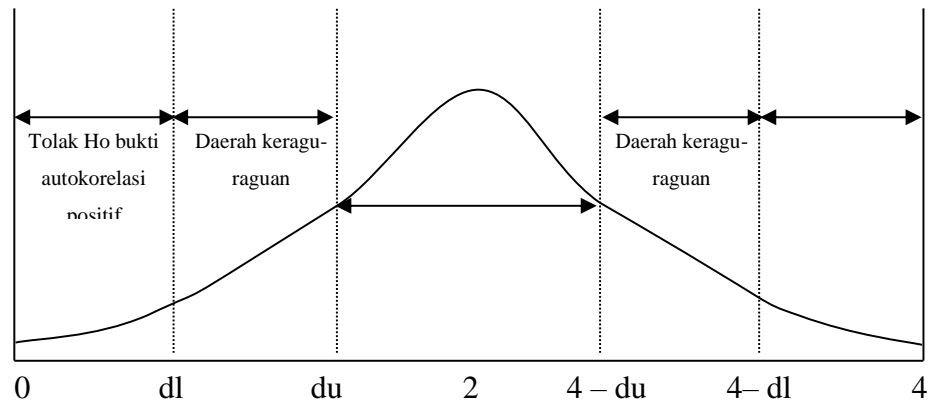
Menurut Ghozali Imam (2018) Uji Autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Masalah ini timbul karena residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya. Hal ini sering ditemukan pada data runtut waktu (*time series*) karena “gangguan” pada seseorang individu/kelompok cenderung mempengaruhi “gangguan” pada individu/kelompok yang sama pada periode berikutnya.

Untuk mendiagnosis adanya autokorelasi dalam suatu model regresi dilakukan melalui ppengujian uji Durbin – Watson (DW test). Uji Durbin – Watson hanya digunakan untuk autokorelasi tingkat satu (*first order autocorrelation*) dan mensyaratkan adanya *intercept* (konstanta) dalam model regresi dan tidak ada variabel lag di antara variabel independen. Hipotesis yang akan diuji adalah :

H_0 : tidak ada autokorelasi ($r = 0$)

H_A : ada autokorelasi ($r \neq 0$)

Gambar 3.1
Grafik Pengujian Autokorelasi



Ketentuan sebagai berikut:

1. Bila nilai DW terletak antara batas upper bound (du) dan ($4 - du$), maka koefisien autokorelasi sama dengan nol dan berarti tidak ada autokorelasi.
2. Bila nilai DW lebih rendah dari batas bawah atau lower bound (dl), maka koefisien lebih besar daripada nol berarti ada autokorelasi positif.
3. Bila nilai DW lebih besar dari batas bawah atau lower bound ($4 - dl$), maka koefisien autokorelasi lebih kecil daripada nol dan berarti ada autokorelasi negatif.
4. Bila nilai DW terletak diantara batas atas (du) dan batas bawah (dl) atau DW terletak antara ($4 - du$) dan ($4 - dl$), maka hasilnya tidak dapat disimpulkan.

4. Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homokedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas (Ghozali, 2016:134).

Untuk mendeteksi terjadinya heteroskedastisitas dapat digunakan dua uji, yaitu:

a. Uji Spearman's Row (Uji Statistik)

Uji Spearman's Row dilakukan dengan cara meregresikan antara variabel independen dengan nilai absolut residualnya. Jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut residual $> 0,05$. Maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

b. Uji Grafis

Uji grafis dilakukan dengan melihat grafik pola *scatterplot regression*. Jika ada pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebur kemudian menyempit) pada grafik *scatterplot*, terjadi heteroskedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas, titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.5.5 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis data penelitian merupakan bagian dari proses pengujian data setelah tahap pemilihan dan pengumpulan data penelitian. Suatu penelitian selalu memerlukan interpretasi dan analisis data, yang diharapkan pada akhirnya memberikan solusi pada *research question* yang menjadi dasar penelitian tersebut. Metode analisis yang dipilih untuk menganalisis data adalah dengan menggunakan OLS (*ordinary least square*) yang dioperasikan melalui program *Statistical Package Social Science* (SPSS) versi 25.

Analisis regresi dalam penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh antara independen variabel X (Aksesibilitas, Eektivitas, Promosi, dan Kepercayaan) terhadap variabel dependen Y (Keputusan Pemilihan). Analisis regresi dalam penelitian ini dapat dijelaskan dalam persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + \mu$$

Keterangan:

Y : Keputusan Pemilihan

X1 : Aksesibilitas

X2 : Efektivitas

X3 : Promosi

X4 : Kepercayaan

a : Bilangan konstanta

b : Koefisien regresi dari masing – masing variabel (b1, b2, b3, b4)

b1 : Koefisien regresi untuk variabel Peralatan Aksesibilitas

b2 : Koefisien regresi untuk variabel Efektivitas

b3 : Koefisien regresi untuk variabel Promosi

b4 : Koefisien regresi untuk variabel Kepercayaan

μ : Variabel penelitian yang tidak terdeteksi

3.5.6 Pengujian hipotesis

1. Uji Koefisien Regresi secara Parsial (Uji t)

Uji t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/dependen secara individual menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2016)

a. Menentukan formulasi H0 dan Ha

H0 : Variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Ha : Variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

b. Menentukan taraf nyata (α) dan t-tabel

a. $\alpha = 5\% = (0,05)$

b. Sampel = 100

c. Nilai t tabel memiliki (db) = n-k-1

d. $t_{\alpha;n-2} = \dots\dots\dots$

Keterangan:

db = derajat kebebasan

n = jumlah sampel

α = *Level Of Significant* (taraf nyata)

c. Menentukan kriteria pengujian :

H0 diterima apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$

Ha diterima apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$

d. Kesimpulan

- a. Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima yang berarti tidak ada pengaruh positif dan signifikan antara masing-masing variabel independen dengan variabel dependen.
- b. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_a diterima yang berarti ada pengaruh positif dan signifikan antara masing-masing variabel independen dengan dependen.

2. Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali, Imam (2016) Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen yang terbatas. Sedangkan R^2 yang besar mendekati 1 (satu) berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Dapat menggunakan rumus koefisien determinasi (R^2) dengan cara mengkuadratkan nilai koefisien relasi (r) dengan yang telah dihitung. sebagai berikut :

$$R^2 = r^2 \times 100\%$$

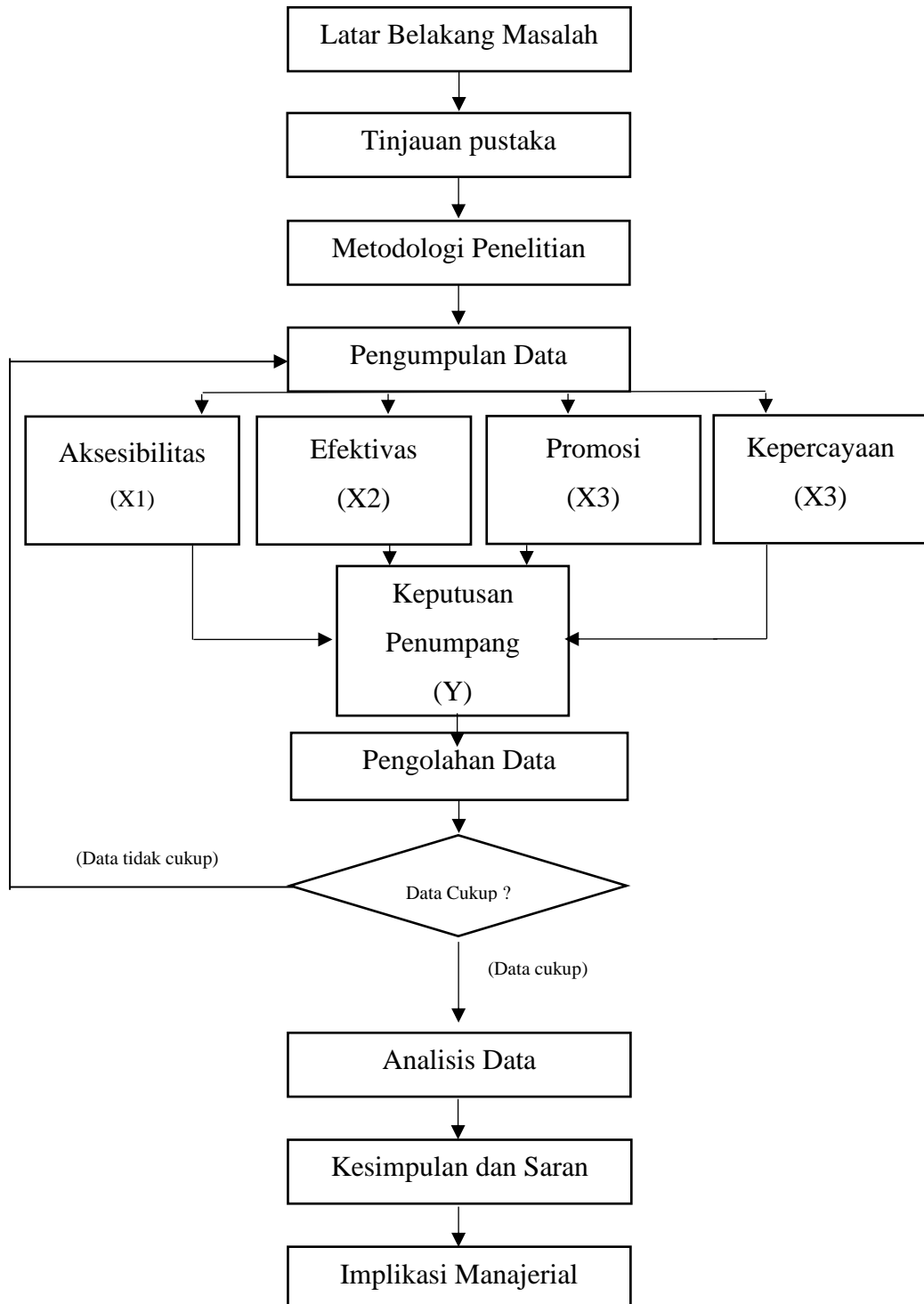
Dimana :

R^2 : Koefisien Determinasi

r^2 : Koefisien regresi Berganda

3.6 Diagram Alir Penelitian

Gambar 3.1
Diagram Alur Penelitian



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Objek Penelitian

4.4.1 Sejarah Perkeretaapian

PT. Kereta Api Indonesia merupakan perusahaan BUMN yang mengelola sarana transportasi kereta api Indonesia. Pada PT. Kereta Api Indonesia Daerah Operasi 4 Semarang wilayah kerjanya terdiri dari tiga kota dan sembilan kabupaten di Wilayah Jawa Tengah. Wilayah kerja di Jawa Tengah untuk kotanya terdiri dari Kota Tegal, Kota Pekalongan, dan Kota Semarang sedangkan untuk kabupaten terdiri dari Kabupaten Tegal, Pemalang, Pekalongan, Batang, Kendal, Semarang, Demak, Purwodadi, dan Blora. Peran PT. Kereta Api Indonesia dalam mempermudah dan mendukung mobilitas jasa tentu mengharapkan profit atau keuntungan dari penjualan jasanya tersebut, keuntungan yang diperoleh oleh pihak perusahaan adalah pemasukan dalam bentuk uang sebagai hasil dari penjualan yang telah dilakukan serta pernyataan kepuasan dari pengguna jasa yang akan meningkatkan citra perusahaan dan kepercayaan publik terhadap kinerja dan kemampuan PT. Kereta Api Indonesia sebagai penyedia layanan jasa Kereta Api.

PT. Kereta Api Indonesia adalah satu-satunya Badan Usaha Milik Negara yang bertugas menyelenggarakan pelayanan jasa angkutan kereta api dalam rangka memperlancar arus perpindahan orang dan/ barang secara massal untuk pembangunan nasional di Indonesia. Kehadiran kereta api di Indonesia ditandai dengan pencangkulan pertama pembangunan jalan KA di Indonesia ditandai dengan pencangkulan pertama pembangunan jalan KA di desa Kemijen, Jum'at tanggal 17 Juni 1864 oleh Gubernur Jenderal Hindia Belanda, Mr. L.A.J Baron Sloet van den Beele. Pembangunan diprakarsai oleh Naamlouze Venootschap Nederlandsch Indische Spoorweg Maatschappij (NV.NIS) yang dipimpin oleh Ir. J.P de Bordes dari Kemijen menuju desa Tanggung (26 km) dengan lebar

sepur 57 1435 mm. Ruas jalan ini dibuka untuk angkutan umum pada hari Sabtu, 10 Agustus 1867.

Sejarah perkeretaapian di Indonesia dimulai ketika pencangkulan pertama jalur kereta api Semarang-*Vorstenlanden* (Solo-Yogyakarta) di Desa Kemijen oleh Gubernur Jendral Hindia Belanda Mr. L.A.J Baron Sloet van de Beele tanggal 17 Juni 1864. Pembangunan dilaksanakan oleh perusahaan swasta *Nederlansch Indische Spoorweg Maatschappij* (NISM) menggunakan lebar sepur 1435 mm.

Setelah Indonesia memproklamasikan kemerdekaan pada tanggal 17 Agustus 1945, beberapa hari kemudian dilakukan pengambilalihan stasiun dan kantor pusat kereta api yang dikuasai Jepang. Puncaknya adalah pengambilalihan Kantor Pusat Kereta Api Bandung tanggal 28 September 1945 (kini diperingati sebagai Hari Kereta Api Indonesia). Hal ini sekaligus menandai berdirinya Djawatan Kereta Api Indonesia Republik Indonesia (DKARI). Ketika Belanda kembali ke Indonesia tahun 1946, Belanda membentuk kembali perkeretaapian di Indonesia bernama *Staatssporwegen/Verenigde Spoorwegbedrijf* (SS/VS), gabungan SS dan seluruh perusahaan kereta api swasta (kecuali DSM).

Berdasarkan perjanjian damai Konfrensi Meja Bundar (KMB) Desember 1949, dilaksanakan pengambilalihan aset-aset milik pemerintah Hindia Belanda. Pengalihan dalam bentuk penggabungan antara DKARI dan SS/VS menjadi Djawatan Kereta Api (DKA) tahun 1950. Pada tanggal 25 Mei DKA berganti menjadi Perusahaan Negara Kereta Api (PNKA). Pada tahun tersebut mulai diperkenalkan juga lambang Wahana Daya Pertiwi yang mencerminkan transformasi Perkeretaapian Indonesia sebagai sarana transportasi andalan guna mewujudkan kesejahteraan bangsa tanah air. Selanjutnya pemerintah mengubah struktur PNKA menjadi Perusahaan Jawatan Kereta Api (PJKA) tahun 1971. Dalam rangka meningkatkan pelayanan jasa angkutan, PJKA berubah bentuk menjadi Perusahaan Umum Kereta Api (Perumka) tahun 1991. Perumka berubah menjadi Perseroan Terbatas, PT. Kereta Api (Persero) tahun 1998. Pada tahun

2011 nama perusahaan PT. Kereta Api (Persero) berubah menjadi PT. Kereta Api Indonesia (Persero) dengan meluncurkan logo baru.

4.4.2 Kereta Api Kamandaka

Kereta api Kamandaka merupakan layanan kereta api penumpang kelas eksekutif dan ekonomi plus ataupun kelas eksekutif dan ekonomi new image milik Kereta Api Indonesia dengan melayani rute Semarang Tawang-Purwokerto melalui Tegal ataupun Semarang Tawang-Cilacap melalui Tegal-Kroya. Nama "Kamandaka" diambil dari salah satu tokoh legenda asal Banyumas, Raden Kamandaka. Dalam cerita ketoprak, dia dikenal sebagai Lutung Kasarung yang berlainan dengan cerita legenda Tanah Pasundan yang terinspirasi dari kisah para menak Kerajaan Galuh dan Kerajaan Sunda tentang perjalanan Sanghyang Guruminda dari Kahyangan yang diturunkan ke Buana Panca Tengah (Bumi) dalam wujud seekor lutung (sejenis monyet).

Kereta api Kamandaka diresmikan oleh Wakil Menteri Perhubungan, Bambang Susantono, dan Gubernur Jawa Tengah, Ganjar Pranowo, pada 17 Februari 2014. Jumlah perjalanan kereta api ini sempat ditambah menjadi tiga kali pulang pergi dalam sehari mulai 19 Desember 2014. Sejak adanya layanan kereta api Joglosemarkerto, layanan kereta api Kamandaka (bersama kereta api Joglokerto) sempat dihapus mulai 1 Desember 2018. Untuk melayani pelanggan di lintas Semarang-Purwokerto, PT KAI kembali meluncurkan kereta api ini pada 1 Februari 2019.

Pengoperasian kereta api Kamandaka memanfaatkan jalur kereta api lintas Tegal-Prupuk yang mana jalur tersebut hanya digunakan untuk layanan kereta api ketel dari Maos menuju Tegal. Kereta api penumpang terakhir yang melintasi jalur tersebut yaitu kereta api Mahesa relasi Semarang-Bandung yang mana pengoperasian kereta api tersebut dihentikan pada tahun 2000-an. Pada tahun 2009, jalur tersebut pernah dilalui kereta api Kaligung dengan rute Semarang-Slawi. Namun, rute kereta api tersebut diperpendek hingga Tegal karena tingkat keterisian penumpang yang rendah. Untuk memenuhi permintaan masyarakat Cilacap untuk bepergian ke Semarang menggunakan kereta api, PT.

KAI Daerah Operasi V Purwokerto membuka layanan kereta api Kamandaka dengan jurusan Semarang Tawang – Cilacap.

4.2 Gambaran Umum Responden

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh data yang dapat memberikan informasi berkaitan dengan keputusan penumpang dalam memilih Kereta Api Kamandaka sebagai moda transportasi. Berdasarkan kuesioner yang telah diisi oleh responden diperoleh informasi data identitas responden. Penyajian data mengenai identitas responden disini untuk memberikan gambaran tentang keadaan data individu dari responden :

a. Jenis kelamin

Identitas responden berdasarkan jenis kelamin pada penelitian disajikan pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.1
Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	LAKI- LAKI	59	59.0	59.0	59.0
	PEREMPUAN	41	41.0	41.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Data Primer Yang diolah, 2023 (output SPSS)

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa dari total 100 responden penumpang Kereta Api Kamandaka adalah pria sebanyak 59 responden (59%) dan wanita sebanyak 41 responden (41%).

b. Usia Responden

Identitas responden berdasarkan usia pada penelitian disajikan pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.2
Usia Responden

Usia Responden					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	> 50 tahun	9	9.0	9.0	9.0
	18 - 30 tahun	48	48.0	48.0	57.0
	31 - 40 tahun	29	29.0	29.0	86.0
	41 - 50 tahun	14	14.0	14.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Data Primer yang Diolah : 2023 (output SPSS)

Berdasarkan tabel di atas kategori kelompok umur, dapat dijelaskan bahwa responden sebagian besar adalah usia 18-30 tahun sebanyak 48 responden (48%), usia 31-40 tahun sebanyak 29 responden (29%), usia 41-50 tahun sebanyak 14 responden (14%), dan usia >50 tahun sebanyak 9 responden (9%).

c. Status Pendidikan responden

Identitas responden berdasarkan tingkat Pendidikan pada penelitian disajikan pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.3
Tingkat Pendidikan Responden

Pendidikan Terakhir Responden					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	DIPLOMA III	25	25.0	25.0	25.0
	PASCA SARJANA	5	5.0	5.0	30.0
	SARJANA	23	23.0	23.0	53.0
	SMA	47	47.0	47.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Data Primer yang Diolah : 2023 (output SPSS)

Berdasarkan tabel di atas mengenai status Pendidikan responden dimulai dari SMA adalah sebanyak 47 responden (47%), DIPLOMA III adalah sebanyak 25 responden (25%), SARJANA adalah sebanyak 23 responden (23%), dan PASCA SARJANA adalah sebanyak 5

responden (5%). Untuk lebih jelasnya, profil kategori kelompok Pendidikan dapat dijelaskan pada table 4.3 :

4.3 Analisis Data

4.3.1 Analisis Deskriptif

Hasil jawaban dari 100 responden terhadap item-item kuisisioner yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut :

1. Aksesibilitas

Untuk mengetahui bagaimana pengaruh aksesibilitas terhadap keputusan penumpang, maka 100 responden akan menentukan tanggapannya, Hasil tanggapan responden dapat dilihat dari hasil tabel frekuensi dibawah ini:

a. Berjalan Kaki

Dari penyebaran kuesioner dijelaskan tanggapan responden tentang berjalan kaki sesuai dengan aksesibilitas, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.4
Berjalan Kaki

Berjalan Kaki					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	0	0.0	0.0	0.0
	TS	0	0.0	0.0	0.0
	CS	14	14.0	14.0	14.0
	S	61	61.0	61.0	75.0
	SS	25	25.0	25.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Data Primer yang Diolah : 2023 (output SPSS)

Berdasarkan tabel 4.4 Hasil mengenai berjalan kaki bahwa dari 100 responden memberikan jawaban sangat setuju sebesar 25 responden (25%), sebanyak 61 responden (61%) menjawab setuju, dan 14 responden (14%) menjawab cukup setuju. Dari hasil yang diperoleh, disimpulkan bahwa responden setuju bahwa berjalan kaki berpengaruh terhadap keputusan penumpang.

b. Menggunakan Kendaraan Pribadi

Dari penyebaran kuesioner dijelaskan tanggapan responden tentang menggunakan kendaraan pribadi sesuai dengan aksesibilitas, dapat dilihat pada tabel berikut

Tabel 4.5
Menggunakan Kendaraan Pribadi

Menggunakan Kendaraan Pribadi					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	0	0.0	0.0	0.0
	TS	0	0.0	0.0	0.0
	CS	14	14.0	14.0	14.0
	S	55	55.0	55.0	69.0
	SS	31	31.0	31.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Data Primer yang Diolah : 2023 (output SPSS)

Berdasarkan tabel 4.5 Hasil dari jawaban responden mengenai menggunakan kendaraan pribadi bahwa dari 100 responden memberikan jawaban sangat setuju yaitu sebesar 31 responden (31%), sebanyak 55 responden (55%) menjawab setuju, dan sebanyak 14 responden (14%) menjawab cukup setuju. Dari hasil yang diperoleh, disimpulkan bahwa responden setuju bahwa menggunakan kendaraan pribadi berpengaruh terhadap keputusan penumpang.

c. Menggunakan Kendaraan Umum

Dari penyebaran kuesioner dijelaskan tanggapan responden tentang menggunakan kendaraan umum sesuai dengan aksesibilitas, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.6
Menggunakan Kendaraan Umum

Menggunakan Kendaraan Umum					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent

Valid	STS	0	0.0	0.0	0.0
	TS	0	0.0	0.0	0.0
	CS	20	20.0	20.0	20.0
	S	63	63.0	63.0	83.0
	SS	17	17.0	17.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Data Primer yang Diolah : 2023 (output SPSS)

Berdasarkan tabel 4.6 Hasil dari jawaban responden mengenai menggunakan kendaraan umum bahwa dari 100 responden memberikan jawaban sangat setuju 17 responden (17%), sebanyak 63 responden (63%) menjawab setuju, dan 20 responden (20%) menjawab cukup setuju. Dari hasil yang diperoleh, disimpulkan bahwa responden setuju bahwa menggunakan kendaraan umum berpengaruh terhadap keputusan penumpang.

2. Efektivitas

Untuk mengetahui bagaimana pengaruh efektivitas terhadap keputusan penumpang, maka 100 responden akan menentukan tanggapannya. Hasil tanggapan responden dapat dilihat dari hasil tabel frekuensi dibawah ini:

a. Sarana dan Prasarana

Dari penyebaran kuesioner dijelaskan tanggapan responden tentang sarana dan prasarana sesuai dengan efektivitas, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.7
Sarana dan Prasarana

Sarana dan Prasarana					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	0	0.0	0.0	0.0
	TS	0	0.0	0.0	0.0
	CS	15	15.0	15.0	15.0
	S	65	65.0	65.0	80.0
	SS	20	20.0	20.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Data Primer yang Diolah : 2023 (output SPSS)

Berdasarkan tabel 4.7 Hasil dari jawaban responden mengenai sarana dan prasarana bahwa dari 100 responden memberikan jawaban sangat setuju 20 responden (20%), sebanyak 65 responden (65%) menjawab setuju, dan 15 responden (15%) menjawab cukup setuju. Dari hasil yang diperoleh, disimpulkan bahwa responden setuju bahwa sarana dan prasarana berpengaruh terhadap keputusan penumpang.

b. Kinerja Pegawai

Dari penyebaran kuesioner dijelaskan tanggapan responden tentang kinerja pegawai sesuai dengan efektivitas, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.8
Kinerja Pegawai

Kinerja Pegawai					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	0	0.0	0.0	0.0
	TS	0	0.0	0.0	0.0
	CS	7	7.0	7.0	7.0
	S	63	63.0	63.0	70.0
	SS	30	30.0	30.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Data Primer yang Diolah : 2023 (output SPSS)

Berdasarkan tabel 4.8 Hasil dari jawaban responden mengenai kinerja pegawai bahwa dari 100 responden memberikan jawaban sangat setuju 30 responden (30%), sebanyak 63 responden (63%) menjawab setuju, dan 7 responden (7%) menjawab cukup setuju. Dari hasil yang diperoleh, disimpulkan bahwa responden setuju bahwa kinerja pegawai berpengaruh terhadap keputusan penumpang.

c. Ketepatan Waktu

Dari penyebaran kuesioner dijelaskan tanggapan responden tentang ketepatan waktu sesuai dengan efektivitas, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.9
Ketepatan Waktu

Ketepatan Waktu					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	0	0.0	0.0	0.0
	TS0	0	0.0	0.0	0.0
	CS	14	14.0	14.0	14.0
	S	60	60.0	60.0	74.0
	SS	26	26.0	26.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Data Primer yang Diolah : 2023 (output SPSS)

Berdasarkan tabel 4.9 Hasil dari jawaban responden mengenai ketepatan waktu bahwa dari 100 responden memberikan jawaban sangat setuju 26 responden (26%), sebanyak 60 responden (60%) menjawab setuju, dan 14 responden (14%) menjawab cukup setuju. Dari hasil yang diperoleh, disimpulkan bahwa responden setuju bahwa ketepatan waktu berpengaruh terhadap keputusan penumpang.

3. Promosi

Untuk mengetahui bagaimana pengaruh promosi terhadap keputusan penumpang, maka 100 responden akan menentukan tanggapannya. Hasil tanggapan responden dapat dilihat dari hasil tabel frekuensi dibawah ini:

a. Periklanan

Dari penyebaran kuesioner dijelaskan tanggapan responden tentang periklanan sesuai dengan promosi, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.10
Periklanan

Periklanan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	0	0.0	0.0	0.0
	TS	0	0.0	0.0	0.0
	CS	16	16.0	16.0	16.0
	S	74	74.0	74.0	90.0

	SS	10	10.0	10.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Data Primer yang Diolah : 2023 (output SPSS)

Berdasarkan tabel 4.10 Hasil dari jawaban responden mengenai periklanan bahwa dari 100 responden memberikan jawaban sangat setuju 10 responden (10%), sebanyak 74 responden (74%) menjawab setuju, dan 16 responden (16%) menjawab cukup setuju. Dari hasil yang diperoleh, disimpulkan bahwa responden setuju bahwa periklanan berpengaruh terhadap keputusan penumpang.

b. Hubungan Dengan Masyarakat

Dari penyebaran kuesioner dijelaskan tanggapan responden tentang hubungan dengan masyarakat sesuai dengan promosi, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.11
Hubungan Dengan Masyarakat

Hubungan Dengan Masyarakat					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	0	0.0	0.0	0.0
	TS	0	0.0	0.0	0.0
	CS	10	10.0	10.0	10.0
	S	81	81.0	81.0	91.0
	SS	9	9.0	9.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Data Primer yang Diolah : 2023 (output SPSS)

Berdasarkan tabel 4.11 Hasil dari jawaban responden mengenai hubungan dengan masyarakat bahwa dari 100 responden memberikan jawaban sangat setuju 9 responden (9%), sebanyak 81 responden (81%) menjawab setuju, dan 10 responden (10%) menjawab cukup setuju. Dari hasil yang diperoleh, disimpulkan bahwa responden setuju bahwa hubungan dengan masyarakat berpengaruh terhadap keputusan penumpang.

c. Penjualan Langsung

Dari penyebaran kuesioner dijelaskan tanggapan responden tentang penjualan langsung sesuai dengan promosi, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.12
Penjualan Langsung

Penjualan Langsung					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	0	0.0	0.0	0.0
	TS	0	0.0	0.0	0.0
	CS	17	17.0	17.0	17.0
	S	60	60.0	60.0	77.0
	SS	23	23.0	23.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Data Primer yang Diolah : 2023 (output SPSS)

Berdasarkan tabel 4.12 Hasil dari jawaban responden mengenai penjualan langsung bahwa dari 100 responden memberikan jawaban sangat setuju 23 responden (23%), sebanyak 60 responden (60%) menjawab setuju, dan 17 responden (17%) menjawab cukup setuju. Dari hasil yang diperoleh, disimpulkan bahwa responden setuju bahwa penjualan langsung berpengaruh terhadap keputusan penumpang.

4. Kepercayaan

Untuk mengetahui bagaimana pengaruh promosi terhadap keputusan penumpang, maka 100 responden akan menentukan tanggapannya. Hasil tanggapan responden dapat dilihat dari hasil tabel frekuensi dibawah ini:

a. Integritas

Dari penyebaran kuesioner dijelaskan tanggapan responden tentang integritas sesuai dengan kepercayaan, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.13
Integritas

Integritas					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	0	0.0	0.0	0.0
	TS	0	0.0	0.0	0.0
	CS	26	26.0	26.0	26.0
	S	59	59.0	59.0	85.0
	SS	15	15.0	15.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Data Primer yang Diolah : 2023 (output SPSS)

Berdasarkan tabel 4.13 Hasil dari jawaban responden mengenai integritas bahwa dari 100 responden memberikan jawaban sangat setuju 15 responden (15%), sebanyak 59 responden (59%) menjawab setuju, dan 26 responden (26%) menjawab cukup setuju. Dari hasil yang diperoleh, disimpulkan bahwa responden setuju bahwa integritas berpengaruh terhadap keputusan penumpang.

b. Kompetensi

Dari penyebaran kuesioner dijelaskan tanggapan responden tentang kompetensi sesuai dengan kepercayaan, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.14
Kompetensi

Kompetensi					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	0	0.0	0.0	0.0
	TS	0	0.0	0.0	0.0
	CS	20	20.0	20.0	20.0
	S	55	55.0	55.0	75.0
	SS	25	25.0	25.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Data Primer yang Diolah : 2023 (output SPSS)

Berdasarkan tabel 4.14 Hasil dari jawaban responden mengenai kompetensi bahwa dari 100 responden memberikan jawaban sangat setuju 25 responden (25%), sebanyak 55 responden (55%) menjawab setuju, dan 20 responden (20%) menjawab cukup setuju. Dari hasil yang diperoleh, disimpulkan bahwa responden setuju bahwa kompetensi berpengaruh terhadap keputusan penumpang.

c. Konsistensi

Dari penyebaran kuesioner dijelaskan tanggapan responden tentang Konsistensi sesuai dengan kepercayaan, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.15
Konsistensi

Konsistensi					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	0	0.0	0.0	0.0
	TS	0	0.0	0.0	0.0
	CS	19	19.0	19.0	19.0
	S	68	68.0	68.0	87.0
	SS	13	13.0	13.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Data Primer yang Diolah : 2023 (output SPSS)

Berdasarkan tabel 4.15 Hasil dari jawaban responden mengenai konsistensi bahwa dari 100 responden memberikan jawaban sangat setuju 13 responden (13%), sebanyak 68 responden (68%) menjawab setuju, dan 19 responden (19%) menjawab cukup setuju. Dari hasil yang diperoleh, disimpulkan bahwa responden setuju bahwa konsistensi berpengaruh terhadap keputusan penumpang.

5. Keputusan Penumpang

Dari hasil penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang merupakan penumpang Kereta Api Kamandaka terdapat 3 indikator penelitian keputusan penumpang dapat dijelaskan pada tabel di bawah ini:

a. Tidak Akan Berpindah

Dari penyebaran kuesioner dijelaskan tanggapan responden tentang tidak akan berpindah sesuai dengan keputusan penumpang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.16
Tidak Akan Berpindah

Tidak Akan Berpindah				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
STS	0	0.0	0.0	0.0
TS	0	0.0	0.0	0.0
CS	19	19.0	19.0	19.0
S	62	62.0	62.0	81.0
SS	19	19.0	19.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Data Primer yang Diolah : 2023 (output SPSS)

Berdasarkan pada tabel 4.16 Hasil jawaban responden mengenai tidak akan berpindah bahwa dari 100 responden memberikan jawaban sangat setuju 19 responden (19%), sebanyak 62 responden (62%) menjawab setuju, dan 19 responden (19%) menjawab cukup setuju. Dari hasil yang diperoleh, disimpulkan bahwa responden setuju bahwa tidak akan berpindah berpengaruh terhadap keputusan penumpang.

b. Memberikan Rekomendasi Kepada Orang Lain

Dari penyebaran kuesioner dijelaskan tanggapan responden tentang memberikan rekomendasi kepada orang lain sesuai dengan keputusan penumpang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.17
Memberikan Rekomendasi Kepada Orang Lain

Memberikan Rekomendasi Kepada Orang Lain					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	24	24.0	24.0	24.0
	S	56	56.0	56.0	80.0
	SS	20	20.0	20.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Data Primer yang Diolah : 2023 (output SPSS)

Berdasarkan pada tabel 4.17 Hasil jawaban responden mengenai memberikan rekomendasi kepada orang lain bahwa dari 100 responden memberikan jawaban sangat setuju 20 responden (20%), sebanyak 56 responden (56%) menjawab setuju, dan 24 responden (24%) menjawab cukup setuju. Dari hasil yang diperoleh, disimpulkan bahwa responden setuju bahwa memberikan rekomendasi kepada orang lain berpengaruh terhadap keputusan penumpang.

c. **Kemantapan Akan Kualitas**

Dari penyebaran kuesioner dijelaskan tanggapan responden tentang kemantapan akan kualitas sesuai dengan keputusan penumpang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.18

Kemantapan Akan Kualitas

Kemantapan Akan Kualitas					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	22	22.0	22.0	22.0
	S	58	58.0	58.0	80.0
	SS	20	20.0	20.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Data Primer yang Diolah : 2023 (output SPSS)

Berdasarkan pada tabel 4.18 Hasil jawaban responden mengenai kemantapan akan kualitas bahwa dari 100 responden memberikan jawaban sangat setuju 20 responden (20%), sebanyak 58 responden (58%) menjawab setuju, dan 22 responden (22%) menjawab cukup setuju. Dari hasil yang diperoleh, disimpulkan bahwa responden setuju bahwa kemantapan kualitas berpengaruh terhadap keputusan penumpang.

4.4 Analisis Kuantitatif

4.4.1 Uji Validitas dan Realibilitas

1. Uji Validitas

Uji validitas item yang digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan tersebut mampu untuk mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2016). Jadi validitas digunakan digunakan untuk mengukur apakah pertanyaan dalam kuesioner yang sudah kita buat betul-betul dapat mengukur apa yang hendak kita ukur. Untuk mengetahui data valid atau tidaknya dapat dilakukan dengan membandingkan r hitung dengan r tabel. Kriteria penelitian sebagai berikut :

a. Kriteria penelitian sebagai berikut

1. Item valid bila $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$
2. Item tidak valid bila $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$

b. Cara menentukan r tabel yaitu dengan nilai r tabel dilihat pada tabel statistic uji dua sisi yakni dengan lihat pada

1. Degree of freedom (df) = $n-2 = 100-2 = 98$
2. Alpha (α) = 0,01
3. r tabel = 0,2565

Tabel 4.19

Hasil Pengujian Validitas

No	Indikator Penelitian	r hitung	r tabel	Kesimpulan
1.	Aksesibilitas (X1)			
	X1.1 Berjalan Kaki	0.817	0.2565	Valid
	X1.2 Menggunakan Kendaraan Pribadi	0.849	0.2565	Valid
	X1.3 Menggunakan Kendaraan Umum	0.800	0.2565	Valid
2.	Efektivitas (X2)			
	X2.1 Sarana dan Prasarana	0.824	0.2565	Valid
	X2.2 Kinerja Pegawai	0.785	0.2565	Valid
	X2.3 Ketepatan Waktu	0.795	0.2565	Valid
3.	Promosi (X3)			
	X3.1 Periklanan	0.845	0.2565	Valid

	X3.2 Hubungan Dengan Masyarakat	0.801	0.2565	Valid
	X3.3 Penjualan Langsung	0.769	0.2565	Valid
4.	Kepercayaan (X4)			
	X4.1 Integritas	0.821	0.2565	Valid
	X4.2 Kompetensi	0.823	0.2565	Valid
	X4.3 Konsistensi	0.799	0.2565	Valid
5.	Keputusan penumpang (Y)			
	Y1 Tidak Akan Berpindah	0.869	0.2565	Valid
	Y2 Memberikan Rekomendasi Kepada Orang Lain	0.844	0.2565	Valid
	Y3 Kemantapan Akan Kualitas	0.845	0.2565	Valid

Sumber : Data Primer yang Diolah : 2023 (Out put SPSS)

Berdasarkan pada tabel 4.19 menunjukkan bahwa semua indikator yang digunakan untuk mengukur semua variabel dalam penelitian ini mempunyai koefisien korelasi yang lebih besar dari r tabel = 0.2565 (nilai r tabel untuk $df = n - 2$ dimana $n = 100$), sehingga semua indikator yang digunakan tersebut adalah valid.

2. Uji Reliabelitas

Uji reliabelitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel dan konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Metode yang sering digunakan dalam penelitian untuk mengukur skala rentangan adalah *Crinbach Alpha*. Maksudnya apakah alat ukur tersebut akan mendapatkan pengukuran yang tetap konsisten jika pengukuran diulang kembali (Ghozali, 2016). Pengukuran reliabilitas dapat dilakukan dengan dua cara yaitu:

- a. *Repeated measure* atau pengukuran ulang: Disini seseorang akan disodori pertanyaan yang sama pada waktu yang berbeda, dan kemudian dilihat apakah ia tetap konsisten dengan jawabannya.
- b. *One Shot* atau pengukuran sekali saja: Disini pengukurannya hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (α).

Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha > 0.7

Tabel 4.20
Hasil Pengujian Reliabelitas

No.	Variabel	Cronbach Alpha (α)	Strandar Alpha	Keterangan
1.	X1	0.760	0.7	Reliabel
2.	X2	0.720	0.7	Reliabel
3.	X3	0.705	0.7	Reliabel
4.	X4	0.744	0.7	Reliabel
5.	Y	0.811	0.7	Reliabel

Sumber : Data Primer yang Diolah : 2023 (Out put SPSS)

Berdasarkan pada tabel 4.20, semua hasil uji reliabilitas variabel penelitian dapat di simpulkan reliabel, karena memiliki nilai *Cronbach Alpha* (α) yang lebih besar dari 0,7 sehingga semua item jawaban pada kuesioner dapat digunakan untuk perhitungan statistis selanjutnya karena menunjukkan hasil yang valid dan reliabel.

4.5 Uji Asumsi Klasik

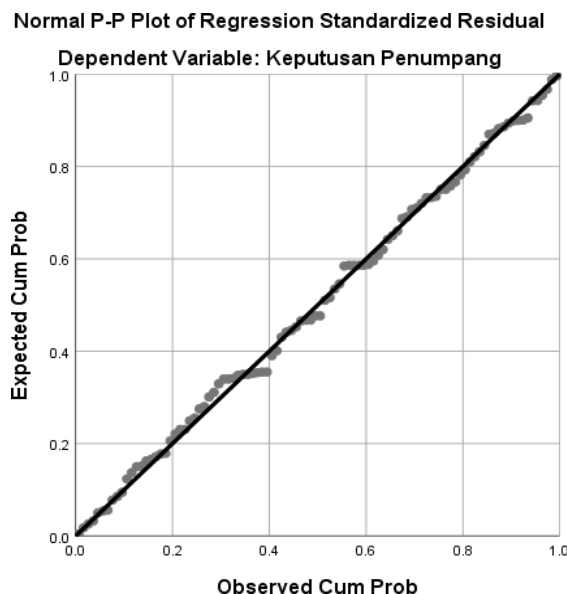
1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan uji f mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Sehingga jika asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil (Ghozali 2016). Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan statistik.

a. Analisis Grafik

Hasil uji normalitas dengan menggunakan model grafik atau P-P Plot dapat dilihat pada gambar berikut :

Gambar 4.1
Uji Grafik Normalitas P-P Plot



Sumber : Data Primer yang Diolah : 2023 (Out put SPSS)

Berdasarkan dari gambar 4.2 hasil uji normalitas dengan model grafik atau *P-P Plot of regression residual* menunjukkan bahwa data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal tersebut, maka residual pada model tersebut terdistribusi secara normal.

b. Analisis Statistik

Menurut Ghozali, Imam (2018) Uji normalitas dengan grafik dapat menyesatkan kalau tidak hati-hati secara visual kelihatan normal, padahal secara statistic bisa sebaliknya. Oleh sebab itu dianjurkan disamping uji grafik dilengkapi dengan uji statistic. Uji statistik sederhana dapat dilakukan dengan melihat nilai kurtosis dan skewness dari residual.

Uji Statistik yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistic non-parametik Kolmogorof Smirnov (K-S). Uji K-S dilakukan dengan membuat hipotesis :

- a. H_0 : Data residual berdistribusi normal
- b. H_A : Data residual berdistribusi tidak normal

Tabel 4.21
Hasil Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.05186327
Most Extreme Differences	Absolute	.048
	Positive	.048
	Negative	-.036
Test Statistic		.048
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber : *Data Primer yang Diolah : 2023 (Out put SPSS)*

Berdasarkan table 4.21 didapat nilai signifikasi Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200 artinya bahwa nilai *one sample kolmogorov smirnov* signifikasi 0,05 yakni ($0,200 > 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa residual terdistribusi normal.

2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditentukan adanya korelasi antar variabel bebas (independent). Model regresi yang baik harusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independent. Jika variabel independent saling berkorelasi, maka variabel ini tidak orthogonal, variabel orthogonal adalah variabel yang nilai korelasi antar sesama variabel independent sama dengan nol (Ghozali, 2016). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi adalah :

1. Dengan melihat nilai besaran VIF (*Variance Inflation Factor*) dan Tolerance. Model regresi yang bebas multikolinieritas adalah:
 - a. Mempunyai nilai $VIF \leq 10$
 - b. Mempunyai angka Tolerance $\geq 0,1$

Tabel 4.22
Hasil Uji Multikolonieritas dari Nilai *Tolerance* dan VIF

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Aksesibilitas	.661	1.521
	Efektivitas	.586	1.706
	Promosi	.800	1.250
	Kepercayaan	.912	1.096

a. Dependent Variable: Keputusan Penumpang

Sumber : Data Primer yang Diolah : 2023 (Out put SPSS)

Berdasarkan pada tabel 4.22 hasil output SPSS pada tabel Coefficients^a dapat diketahui bahwa nilai Tolerance untuk variabel Aksesibilitas (X1) $0,661 > 0,1$, Promosi (X2) adalah $0,586 > 0,1$, Promosi (X3) adalah $0,800 > 0,1$, Kepercayaan (X4) adalah $0,912 > 0,1$, dan VIF untuk variabel Aksesibilitas (X1) $1,521 < 10$, Efektivitas (X2) adalah $1,706 < 10$, Promosi (X3) adalah $1,250 < 10$, Kepercayaan (X4) adalah $1,096 < 10$, Mengacu pada dasar pengambilan keputusan dalam uji multikolonieritas maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolonieritas dalam model regresi.

2. Menganalisis matrik kolerasi variabel-variabel independen. Jika antar variabel independen ada korelasi yang cukup tinggi (umumnya diatas 0,90) maka hal ini merupakan indikasi adanya multikolinieritas.

Tabel 4.23
Hasil Uji Multikolonieritas Matrik Korelasi Antar Variabel Bebas

Coefficient Correlations ^a						
Model			Kepercayaan	Aksesibilitas	Promosi	Efektivitas
1	Correlations	Kepercayaan	1.000	-.029	-.115	-.161
		Aksesibilitas	-.029	1.000	-.091	-.503
		Promosi	-.115	-.091	1.000	-.291
		Efektivitas	-.161	-.503	-.291	1.000
	Covariances	Kepercayaan	.005	.000	-.001	-.001

	Aksesibilitas	.000	.007	-.001	-.004
	Promosi	-.001	-.001	.009	-.003
	Efektivitas	-.001	-.004	-.003	.010
a. Dependent Variable: Keputusan Penumpang					

Sumber : Data Primer yang Diolah : 2023 (Out put SPSS)

Berdasarkan tabel 4.23 dapat dijelaskan besaran korelasi antar variabel independen dapat dilihat bahwa Aksesibilitas (X1) dengan variabel Efektivitas (X2) mempunyai korelasi sebesar -0,503, variabel Aksesibilitas (X1) dengan Promosi (X3) mempunyai korelasi sebesar -0,091, variabel Aksesibilitas (X1) dengan Kepercayaan (X4) mempunyai korelasi sebesar -0,029, variabel Efektivitas (X2) dengan variabel promosi(X3) mempunyai korelasi sebesar -0,291, variabel Efektivitas (X2) dengan variabel Kepercayaan (X4) mempunyai korelasi sebesar -0,161, dan variabel promosi (X3) dengan variabel kepercayaan (X4) mempunyai korelasi sebesar -0,115. Oleh karena korelasi ini masih dibawah 0,90, maka dapat dikatakan tidak terjadi multikolinieritas.

3. Uji Autokorelasi

Menurut Ghazali Imam (2018) Uji Autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Persyaratan uji dengan menggunakan tabel *Durbin-Watson*, Dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 2.24

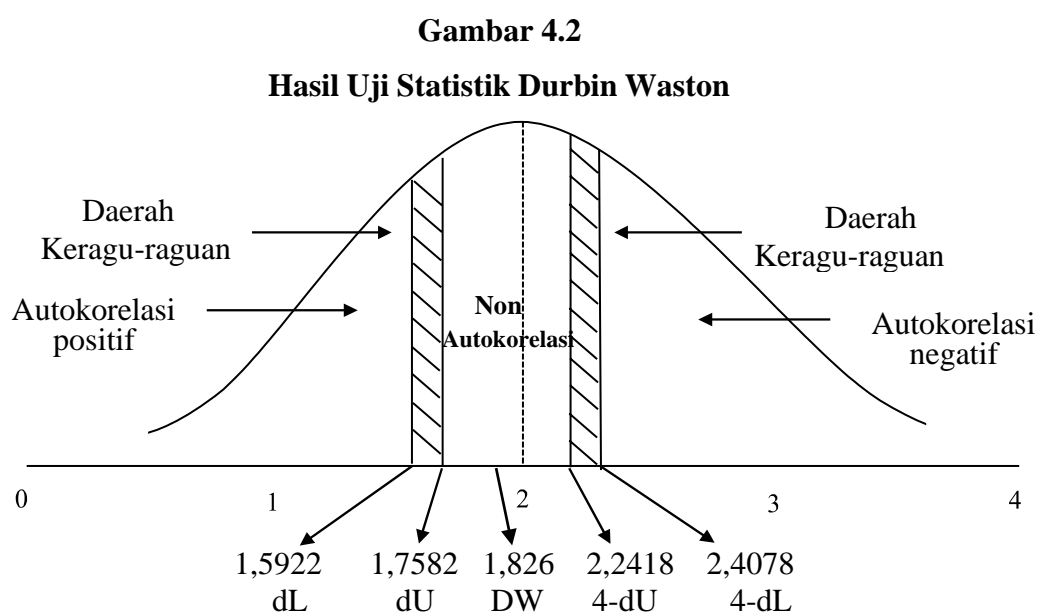
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.771 ^a	.594	.577	1.074	1.826
a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Aksesibilitas, Promosi, Efektivitas					
b. Dependent Variable: Keputusan Penumpang					

Sumber : Data Primer yang Diolah : 2023 (Out put SPSS)

Berdasarkan pada tabel 4.24 hasil pengujian diperoleh Durbin-Watson (DW) sebesar 1,826. Sedangkan dari tabel Durbin-Watson untuk jumlah (n)

= 100 dan jumlah variabel bebas 4 ($k = 4$). Diperoleh nilai $d_u = 1,7582$, nilai $4 - d_u = 2,2418$, nilai $d_l = 1,5922$, nilai $4 - d_l = 2,4078$. Karena nilai $d_l (1,5922) < d_u (1,7582) < DW (1,826) < 4 - d_u (2,2418) < 4 - d_l (2,4078)$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada kecenderungan terjadi autokorelasi positif maupun negatif dalam persamaan regresi hal ini berarti model regresi linier berganda pada penelitian ini tidak terdapat masalah autokorelasi. Oleh karena itu, model regresi linier ini dinyatakan layak untuk dipakai.



4. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2016).

Berikut ini ada beberapa cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas:

1. Analisis grafis (*scatterplot*)

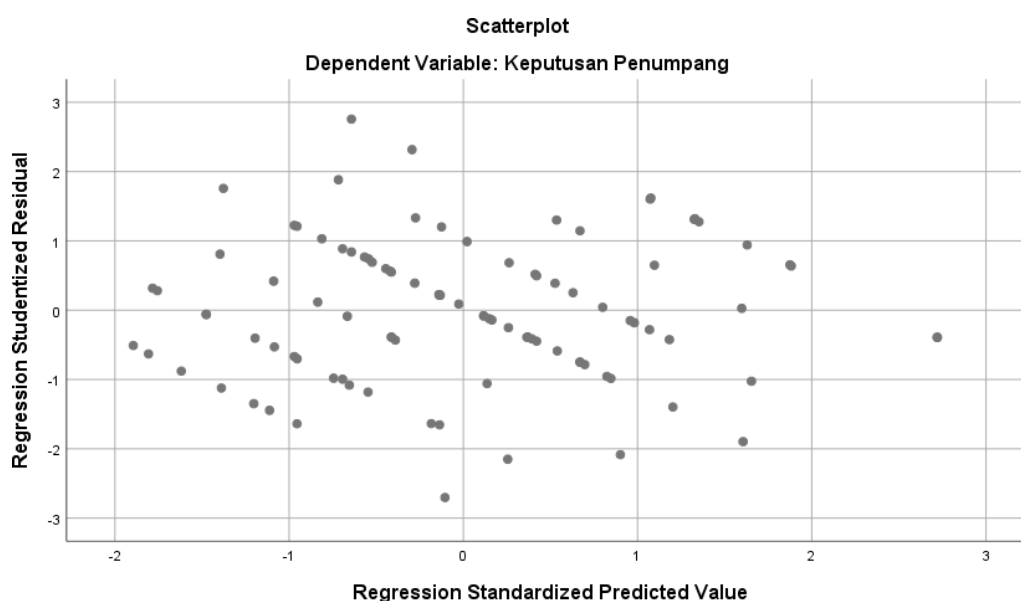
Menurut Ghozali, Imam (2018) Dengan melihat grafik perhitungan antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada tidaknya Heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y yang telah diprediksi dan sumbu X adalah residual (Y prediksi – Y sesungguhnya) yang telah di-studentized.

Dasar analisis Menurut Ghozali, Imam (2018) :

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi Heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik yang menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi Heteroskedastisitas.

Gambar 4.3

Uji Heterokedastisitas (Grafik *Scatterplot*)



Sumber : Data Primer yang Diolah : 2023 (Out put SPSS)

Berdasarkan gambar 4.4 menunjukkan bahwa tidak ada pola tertentu serta titik – titik yang menyebar secara acak di atas maupun di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y. Hal ini berarti tidak terjadi Heteroskedastisitas pada model regresi.

2. Analisis Statistik (Spearman's Rho)

Untuk mendeteksi menggunakan uji statistik dengan menggunakan uji Spearman's Rho dapat dilihat dari hasil output berikut ini :

Tabel 4.25
Uji Spearman's Rho

Correlations							
			Aksesibil itas	Efektiv itas	Prom osi	Keperca yaan	Unstandar dized Residual
Spear man's rho	Aksesibilitas	Correlation Coefficient	1.000	.570**	.403**	.223*	.011
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.026	.913
		N	100	100	100	100	100
	Efektivitas	Correlation Coefficient	.570**	1.000	.495**	.256*	.026
		Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.010	.797
		N	100	100	100	100	100
	Promosi	Correlation Coefficient	.403**	.495**	1.000	.185	.052
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.	.066	.606
		N	100	100	100	100	100
	Kepercayaan	Correlation Coefficient	.223*	.256*	.185	1.000	.017
		Sig. (2-tailed)	.026	.010	.066	.	.866
		N	100	100	100	100	100
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	.011	.026	.052	.017	1.000
		Sig. (2-tailed)	.913	.797	.606	.866	.
		N	100	100	100	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).							
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).							

Sumber : Data Primer yang Diolah : 2023 (Out put SPSS)

Berdasarkan tabel 4.25 angka *unstandardized* residual variabel aksesibilitas = 0,913, variabel efektivitas = 0,797, variabel promosi = 0,606 dan variabel kepercayaan = 0,866. Keempat variabel independent angka *unstandardized* diatas 0,05 sehingga tidak ditemukan gejala Heterokedastisitas.

4.6 Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda adalah regresi linier di mana sebuah variabel terikat (variabel Y) dihubungkan dengan dua atau lebih variabel bebas (variabel X). Analisis ini untuk meneliti pengaruh atau hubungan antara variabel independen (Aksesibilitas, Efektivitas, Promosi, dan Kepercayaan) secara individual mempengaruhi variabel dependen (Keputusan Penumpang). Hasil yang diperoleh dari penghitungan dengan menggunakan bantuan program statistik SPSS (*Statistic Package for Social Science*) Versi 25 adalah :

Tabel 4.26
Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardize d Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2.766	1.318		-2.099	.039
	Aksesibilitas	.357	.086	.334	4.155	.000
	Efektivitas	.322	.099	.278	3.258	.002
	Promosi	.181	.095	.139	2.036	.045
	Kepercayaanl	.352	.074	.325	4.750	.000

Sumber : Data Primer yang Diolah : 2023 (Out put SPSS)

Berdasarkan pada tabel 4.26 dapat dijelaskan, persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + \mu$$

$$Y = -2,766 + 0,357.X_1 + 0,322.X_2 + 0,181.X_3 + 0,352.X_4 + \mu$$

Dari persamaan regresi linier berganda diatas, dapat diinterpretasikan bahwa :

1. Konstanta sebesar -2,766 menyatakan bahwa apabila variabel independen

(aksesibilitas, efektivitas, promosi, dan kepercayaan) tidak dilakukan perubahan, maka variabel dependen (keputusan penumpang) akan mengalami penurunan sebesar 2,766.

2. Koefisien regresi aksesibilitas (X1) sebesar 0,375 artinya jika variabel aksesibilitas ditingkatkan sebesar satu - satuan, maka variabel keputusan penumpang (Y) mengalami peningkatan sebesar 0,375.
3. Koefisien regresi efektivitas (X2) sebesar 0,322 artinya jika variabel efektivitas ditingkatkan sebesar satu - satuan, maka variabel keputusan penumpang (Y) mengalami peningkatan sebesar 0,322
4. Koefisien regresi promosi (X3) sebesar 0,181 artinya jika variabel cuaca ditingkatkan sebesar satu - satuan, maka variabel keputusan penumpang (Y) mengalami peningkatan sebesar 0,181.
5. Koefisien regresi kepercayaan (X4) sebesar 0,352 artinya jika variabel waktu ditingkatkan sebesar satu - satuan, maka variabel keputusan penumpang (Y) mengalami peningkatan sebesar 0,352.
6. Maka μ adalah variabel lain yang tidak diteliti.

Berdasarkan analisis tersebut, dapat dijelaskan adanya pengaruh atau keeratan hubungan antara variabel independen (aksesibilitas, efektivitas, promosi, dan kepercayaan) terhadap variabel dependen (keputusan penumpang).

4.7 Pengujian Hipotesis

Uji – t (Uji Parsial / Uji Individual)

Uji t adalah pengujian signifikan parsial atau individual yang digunakan untuk menganalisis apakah variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen. Prosedur statistiknya adalah sebagai berikut :

1. Menentukan formulasi hipotesis

H_0 : Tidak ada pengaruh yang Aksesibilitas (X1), Efektivitas (X2), Promosi (X3), dan Kepercayaan (X4) secara parsial (individu) terhadap Keputusan Penumpang (Y).

Ha : Ada pengaruh yang Aksesibilitas (X1), Efektivitas (X2), Promosi (X3), dan Kepercayaan (X4) secara parsial (individu) terhadap Keputusan (Y).

2. Menentukan taraf nyata (α) dan t-tabel
 - a. Jumlah responden (n) = 100
 - b. Taraf signifikan $\alpha = 5\% = 0,05$
 - c. Banyaknya variabel bebas (k) = 4
 - d. Degree of freedom (df) = $n-k = 100-4 = 96$
 - e. t tabel = 1,98498
3. Menentukan kriteria pengujian :
 - Ho diterima apabila t hitung < t tabel
 - Ha diterima apabila t hitung > t tabel

Tabel 4.27

Hasil Uji -t

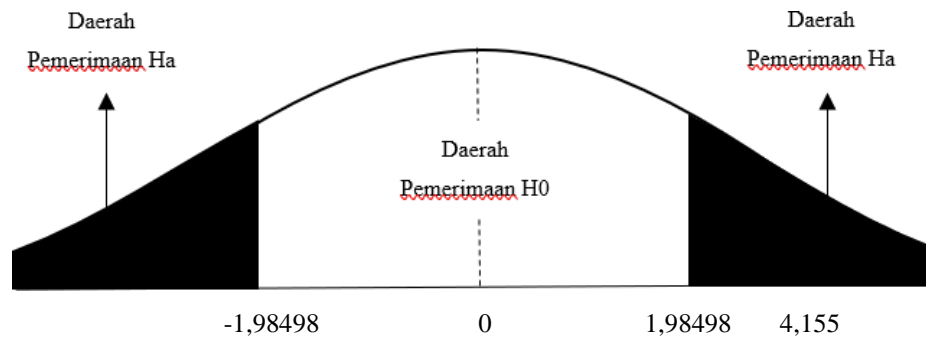
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2.766	1.318		-2.099	.039
	Aksesibilitas	.357	.086	.334	4.155	.000
	Efektivitas	.322	.099	.278	3.258	.002
	Promosi	.181	.095	.139	2.036	.045
	Kepercayaan	.352	.074	.325	4.750	.000

Sumber : Data Primer yang Diolah : 2023 (Out put SPSS)

Berdasarkan dari tabel 4.27 uji t dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil perhitungan SPSS pada hipotesis 1 yaitu diduga bahwa aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penumpang. Diperoleh t.hitung sebesar $4,155 > t.tabel$ sebesar 1,98498 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga Ho di tolak dan H1 diterima. Artinya Aksesibilitas (X₁) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penumpang (Y).

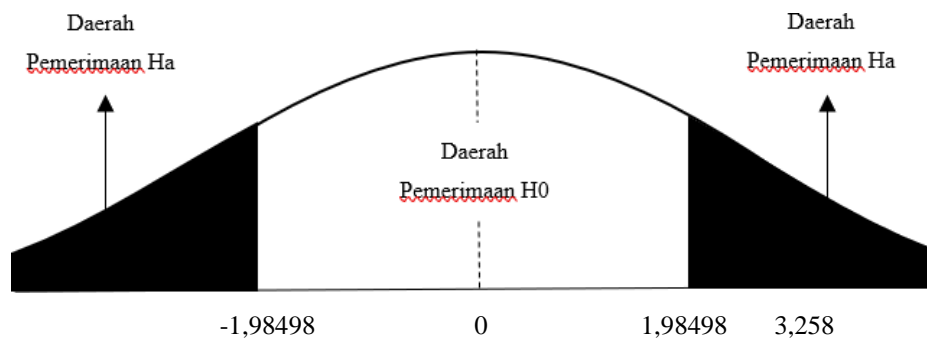
Gambar 4.4
Kurva Uji t Variabel Aksesibilitas



Sumber : Data Primer yang Diolah : 2023

2. Berdasarkan hasil perhitungan SPSS pada hipotesis 2 yaitu diduga bahwa efektivitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penumpang. Diperoleh t.hitung sebesar $3,258 > t.tabel$ sebesar $1,98498$ dengan signifikansi $0,002 < 0,05$, sehingga H_0 di tolak dan H_2 diterima. Artinya Efektivitas (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penumpang (Y).

Gambar 4.5
Kurva Uji t Variabel Efektivitas

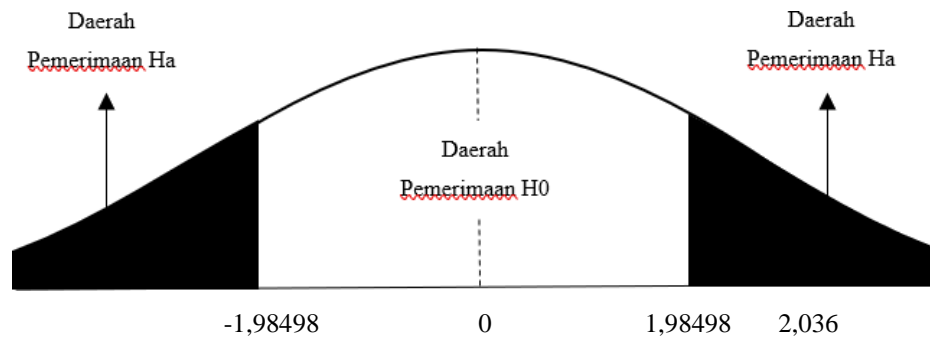


Sumber : Data Primer yang Diolah : 2023

3. Berdasarkan hasil perhitungan SPSS pada hipotesis 3 yaitu diduga bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penumpang. Diperoleh t.hitung sebesar $2,036 > t.tabel$ sebesar $1,98498$ dengan signifikansi $0,045 < 0,05$, sehingga H_0 di tolak dan H_3 diterima.

Artinya Promosi (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penumpang (Y).

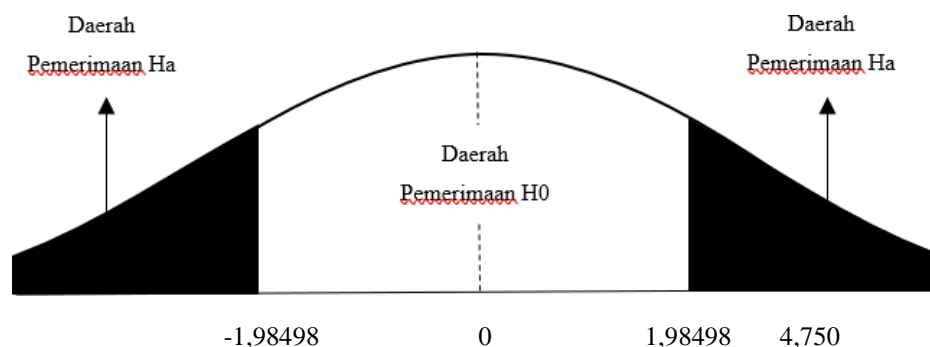
Gambar 4.6
Kurva Uji t Variabel Promosi



Sumber : Data Primer yang Diolah : 2023

4. Berdasarkan hasil perhitungan SPSS pada hipotesis 4 yaitu diduga bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penumpang. Diperoleh t_{hitung} sebesar $4,750 > t_{tabel}$ sebesar $1,98498$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga H_0 di tolak dan H_4 diterima. Artinya Kepercayaan (X_4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penumpang (Y)

Gambar 4.7
Kurva Uji t Variabel Kepercayaan



Sumber : Data Primer yang Diolah : 2023

4.8 Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali, Imam (2016) Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel

dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen yang terbatas. Sedangkan R² yang besar mendekati 1 (satu) berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Berikut merupakan hasil dari koefisien determinasi (R²) yang tersaji pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.28
Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.771 ^a	.594	.577	1.074	1.826
a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Aksesibilitas, Promosi, Efektivitas					
b. Dependent Variable: Keputusan Penumpang					

Sumber : Data Primer yang Diolah : 2023 (Out put SPSS)

Berdasarkan pada tabel tabel 4.28 hasil uji regresi didapatkan angka koefisien determinasi diatas, nilai R² (*Adjusted R Square*) dari model regresi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel bebas (independen) dalam menerangkan variabel terikat (dependen). Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai R² sebesar 0,577, hal ini berarti bahwa 57,7% variasi dari variabel dependent keputusan penumpang dapat dijelaskan oleh variasi dari keempat variabel independen yaitu aksesibilitas, efektivitas, promosi, dan kepercayaan Sedangkan sisanya sebesar (100% - 57,7% = 42,3%) dipengaruhi oleh variabel lain yaitu perpsi harga, fasilitas, kualitas pelayanan, kamanan dan lainnya. Dari variabel yang disebutkan ini adalah variabel yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data yang diperoleh dari penyebaran kuisioner mengenai variabel Aksesibilitas, Efektifitas, Promosi, dan Kepercayaan didapatkan hasil pengujian statistik dengan persamaan regresi linier berganda secara persial variabel Aksesibilitas (X1), Efektifitas (X2), Promosi (X3), dan Kepercayaan (X4) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penumpang (Y), yang mana dalam pengolahan datanya menggunakan SPSS (*Statistic Package for Social Science*) Versi 25 dan diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari hasil penelitian, variabel aksesibilitas (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penumpang KA Kamandaka. Hal ini menunjukkan bahwa aksesibilitas yang baik akan mempengaruhi penumpang dalam memilih kereta api sebagai moda transportasi. Aksesibilitas harus diperhatikan dan harus mendapatkan perbaikan setiap ada masukan dari pengguna KA Kamandaka, karena akses yang baik akan membuat penumpang atau calon penumpang merasa lebih nyaman saat mau menggunakan jasa kereta api, yang nantinya penumpang akan menggunakan kembali moda transportasi tersebut. Perbaikan terhadap akses kereta api harus diperhatikan serta senantiasa menjaga kebersihan dan penataan sehingga calon penumpang ataupun penumpang mendapatkan kenyamanan dalam menggunakan KA. Kamandaka.
2. Dari hasil penelitian, variabel efektivitas (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penumpang KA Kamandaka. Hal ini menunjukkan bahwa efektifitas akan mempengaruhi penumpang dalam memilih kereta api sebagai moda transportasi. Sebaiknya PT. KAI senantiasa mempertahankan efektivitas, dari segi kinerja kariawan harus dipertahankan agar konsumen lebih nyaman, serta sarana dan prasarannya harus selalu diperhatikan agar konsumen merasakan keamanan dan kenyamanan serta menerima keluhan apa saja yang dikeluhkan konsumen sehingga konsumen tetap menggunakan Kereta Api Kamandaka.

3. Dari hasil penelitian, variabel promosi (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penumpang KA Kamandaka. Hal ini menunjukkan jika promosi mempengaruhi penumpang dalam memilih moda transportasi, oleh sebab itu perlunya teknik periklanan dengan memanfaatkan media – media yang sering digunakan oleh masyarakat seperti internet. Promosi yang dilakukan oleh PT. KAI adalah melalui *e-commerce* shopee, tiket.com, traveloka, dan lain sebagainya. Selain itu promosi juga bisa dilakukan dengan menggunakan banner di tempat – tempat umum sehingga dapat menarik masyarakat untuk menggunakan Kereta Api Kamandaka, dan sebaiknya melakukan survey kepuasan kepada penumpang yang telah menggunakan Kereta Api Kamandaka. Jika dibandingkan dengan pesaingnya yaitu KA. Joglosemarkerto promosi yang dilakukan KA. Joglosemarkerto hampir sama seperti KA. Kamandaka namun promosi yang di lakukan KA. Kamandaka lebih banyak dan promosinya mudah dijumpai baik melalui *e-commerce* atau media lainnya. Promosi merupakan faktor yang penting untuk menarik konsumen agar konsumen dapat mengenal suatu produk dan konsumen dapat menggunakan produk tersebut.
4. Dari hasil penelitian, variabel kepercayaan (X4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penumpang KA Kamandaka. Hal ini menunjukkan jika kepercayaan mempengaruhi penumpang dalam memilih moda transportasi. Kepercayaan konsumen terhadap KA Kamandaka akan berlanjut pada keputusan penumpang dalam menggunakan KA. Kamandaka. Untuk mendapatkan kepercayaan pada konsumen sebaiknya KA Kaligung harus konsisten memperhatikan kenyamanan dan keamanan penumpang serta menerima keluhan yang di rasakan penumpang, yang nantinya keluhan tersebut agar di perbaiki. Jika konsumen memiliki pengalaman yang baik pada saat menggunakan KA. Kamandaka maka kepercayaan penumpang akan meningkat jika sebaliknya apabila konsumen mengalami pengalaman buruk maka akan berdampak menurunnya kepercayaan konsumen terhadap KA. Kamandaka.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dilakukan maka saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini yaitu :

1. Saran yang berkaitan dengan aksesibilitas adalah di harapkan pada pihak PT. KAI selalu membenahi mengenai akses, dan memperhatikan tentang akses bagi penumpang yang menggunakan kereta api khususnya bagi penumpang menggunakan kendaraan umum,
2. Saran yang berkaitan dengan efektivitas diharapkan pada pihak PT. KAI mempertahankan kinerja pegawai karena jika kinerja pegawai bagus maka konsumen akan mendapatkan kepuasan, yang nantinya konsumen akan menggunakan lagi Kerta Api Kamandaka. Dan selalu menjaga sarana dan prasarana agar konsumen mendapatkan kenyamanan serta keamanan.
3. Saran yang berkaitan dengan promosi adalah untuk tetap menjaga daya Tarik iklan agar konsumen tertarik menggunakan KA Kamandaka. Dan diharapkan PT. KAI memperbanyak iklan seperti di media cetak ataupun media elektronik, karena promosi masyarakat menjadi tau akan produk tersebut, promosi yang dilakukan harus semenarik mungkin, dan sering mengadakan promo supaya konsumen tertarik menggunakan KA Kamandaka.
4. Saran yang berkaitan dengan kepercayaan adalah diharapkan PT. KAI selalu menjaga kepercayaan konsumen dengan cara menjaga konsistensi mengenai kenyamanan dan keamanannya, serta merespon keluhan yang dirasakan dari konsumen dan berusaha untuk semakin baik dalam pelayanannya agar konsumen tetap menggunakan jasa kereta api
5. Saran untuk peneliti selanjutnya, mohon untuk ditambahkan variabel-variabel lain karena masih banyak variabel yang mempengaruhi keputusan penumpang dalam memilih kereta api sebagai moda transportasi. Selain dari variabel yang saya ambil yaitu aksesibilitas, efektivitas, promosi, dan kepercayaan. Dengan menambahkan variabel lain seperti persepsi harga, fasilitas, kualitas pelayanan, keamanan dan lainnya. Agar terciptanya kebaikan dalam penelitian yang akan dilakukan selanjutnya.

5.3 Implikasi Manajerial

Uraian pengujian-pengujian diatas membuktikan bahwa keberadaan variabel independent berpengaruh terhadap variabel dependen, hal ini diasumsikan pada variabel aksesibilitas, efektivitas, promosi, dan kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan penumpang.

Dari hasil penelitian ini implikasi manajerial yang diberikan adalah sebagai berikut:

1. Aksesibilitas (X1) terhadap Keputusan Penumpang(Y)

Berdasarkan pengujian variabel yang telah ditentukan dan hasil regresi linear berganda 0,375 yang artinya variabel aksesibilitas memiliki nilai positif terhadap keputusan penumpang. Variabel aksesibilitas (X1) berada di urutan pertama diantara keempat variabel yang mempengaruhi keputusan penumpang (Y). implikasi manajerialnya adalah untuk PT. KAI untuk memperbaiki lagi penataan untuk penumpang yang disabilitas, serta menjaga akses agar penumpang merasa nyaman, dengan kemudahan akses yang ditawarkan, masyarakat akan lebih memilih menggunakan kereta api dibandingkan moda transportasi lain.

2. Efektivitas (X2) terhadap Keputusan Penumpang(Y)

Berdasarkan pengujian variabel yang telah ditentukan dan hasil regresi linear berganda 0,322 yang artinya variabel efektivitas memiliki nilai positif terhadap keputusan penumpang. Variabel efektivitas (X2) berada di urutan ketiga diantara keempat variabel yang mempengaruhi keputusan penumpang (Y). implikasi manajerialnya adalah untuk PT. KAI senantiasa meningkatkan kinerja pegawai serta memperbaiki sarana dan prasarana demi kenyamanan penumpang. Selain itu waktu kedatangan dan keberangkatan harus sesuai dengan yang di jadwalkan agar penumpang memiliki kepastian.

3. Promosi (X3) terhadap Keputusan Penumpang(Y)

Berdasarkan pengujian variabel yang telah ditentukan dan hasil regresi linear berganda 0,181 yang artinya variabel promosi memiliki nilai positif terhadap keputusan penumpang. Variabel promosi (X3) berada di urutan

terakhir diantara keempat variabel yang mempengaruhi keputusan penumpang (Y). implikasi manajerialnya adalah perlunya teknik pemasaran dengan cara memasang iklan di media-media yang sering digunakan oleh masyarakat misalnya internet. Promosi yang dilakukan PT. KAI melalui *e-commerce* shopee, tiket.com, Traveloka dan lainnya. Untuk menarik daya Tarik konsumen perlu diadakannya promo seperti memberikan potongan harga atau *cash back* di setiap hari-hari besar. Promosi juga bisa berupa banner di setiap tempat-tempat umum agar masyarakat dapat tertarik menggunakan jasa Kereta Api Kamandaka.

4. Kepercayaan (X4) terhadap Keputusan Penumpang(Y)

Berdasarkan pengujian variabel yang telah ditentukan dan hasil regresi linear berganda 0,352 yang artinya variabel kepercayaan memiliki nilai positif terhadap keputusan penumpang. Variabel kepercayaan (X4) berada di urutan ketiga diantara keempat variabel yang mempengaruhi keputusan penumpang (Y). implikasi manajerialnya adalah untuk PT. KAI senantiasa menjaga kepercayaan dari konsumen agar konsumen selalu menggunakan jasa Kereta Api dengan cara selalu mempertahankan kenyamanan dan keamanan untuk penumpang, dan menerima keluhan-keluhan para konsumen yang nantinya keluhan tersebut akan di perbaiki.

5. Dari hasil koefisien regresi linear berganda menunjukkan bahwa aksesibilitas, efektivitas, promosi, dan kepercayaan dalam penelitian ini merupakan faktor yang sangat mempengaruhi keputusan penumpang dalam memilih Kereta Api Kamandaka sebagai moda transportasi. Hal ini dibuktikan dengan melihat nilai koefisien determinasi yang menyatakan bahwa variabel aksesibilitas, efektivitas, promosi, dan kepercayaan memiliki kontribusi yang besar dalam mempengaruhi keputusan penumpang yaitu sebesar 57,7% dan sisanya sebesar 42,3% dipengaruhi oleh variabel lain yaitu persepsi harga, fasilitas, kualitas pelayanan, keamanan dan lainnya. Dari variabel yang disebutkan ini adalah variabel yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfian, R., & Gunadi, W. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Moda Transportasi Ojek Online (Studi Kasus Pada Gojek/Go Ride Di Kelurahan Halim Perdanakusuma, Jakarta Timur). *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 11(2).
- Fachrurazi, H., Kuswibowo, C., Azanda, S. H., SIA, M. S., Chadidja, S. R., Muhamad, L. F., ... & Nia Sonani, S. E. (2023). Perilaku Konsumen. *Cendikia Mulia Mandiri*.
- Fakhrudin, A. (2021). Pengaruh Citra Dan Keamanan Terhadap Keputusan Penumpang Menggunakan Maskapai Sriwijaya Air Di Yogyakarta. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 28(1), 20-32.
- Fakhrudin, A., Yudianto, K., & AD, Y. S. M. (2022, January). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Penumpang Menggunakan Maskapai. *In Forum Ekonomi* (Vol. 24, No. 1, Pp. 235-244).
- Fatma, A. I. (2014). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusankonsumen Untuk Menggunakan Jasa Kereta Apikomuter Tujuan Lamongan-Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga* (Jptn), 2(1).
- Fiqri, H. (2020). Analisis Faktor Keputusan Pembelian Tiket Angkutan Keretaapi Tawang Jaya Di Semarang (Studi Kasus Pada Penumpang Kereta Api Tawang Jaya Di Daop Iv Semarang). *Skripsi*.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program (IBM SPSS 25)* Edisi 9. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang
- Ibad, M. Z., & Pradono, E. (2020). Pemilihan Moda Angkutan Penumpang Kapal Eksekutif Dan Kapal Reguler Di Pelabuhan Penyeberangan Bakauheni-Merak.
- Kusnadi, I. H., Luki, N., & Faqihudin, F. (2021). Efektivitas Penyelenggaraan Program Pelatihan Kerja Di UPTD Balai Latihan Kerja Dinas Tenaga Kerja Dan Transmigrasi Kabupaten Subang. *The World Of Public Administration Journal*.
- Leksono, R. B., & Herwin, H. (2017). Pengaruh Harga Dan Promosi Grab Terhadap Brand Image Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pengguna Transportasi Berbasis Online. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 2(3), 381-390.

- Mambu, T. R., Tampi, J. R., & Mukuan, D. D. (2021). Kepercayaan Konsumen, Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi E-Commerce Shopee Di Kota Tondano. *Productivity*, 2(1), 79-84.
- Marsellah, R., Meronda, I. E. S., Syarkawi, M. T., & Arifin, W. (2022). Analisis Efektivitas Transportai Ojek Online Sebagai Pilihan Moda Transportasi Di Kecamatan Tamalanrea. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Teknik Sipil*, 1-6.
- Marsellah, R., Meronda, I. E. S., Syarkawi, M. T., & Arifin, W. (2022). Analisis Efektivitas Transportai Ojek Online Sebagai Pilihan Moda Transportasi Di Kecamatan Tamalanrea. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Teknik Sipil*, 1-6.
- Mohamad, I. A. (2021). Analisis Faktor Kualitas Pelayanan, Efektivitas Dan Kemudahan Akses Dalam Implementasi Bus Sekolah Di Kabupaten Temanggung. *Skripsi*.
- Muhammad, C. (2020). Analisis Faktor–Faktor Keputusan Pembelian Tiket Angkutan Kereta Api Joglosemarkerto Di Semarang. *Skripsi*.
- Mulyanigtyas, M. (2018). Analisis Kinerja Keuangan Kota Mojokerto Dengan Pendekatan Value For Money. Prive: *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 1(1), 1-14.
- Pranitasari, D., & Prawira, S. A. P. A. (2020). Analisa Kepuasan Penumpang Disabilitas Di Kereta Rel Listrik Jakarta. *Media Manajemen Jasa*, 8(2).
- Pranitasari, D., & Prawira, S. A. P. A. Istiyono, W. A., & Rizal, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Restoran Mie Gacoan Cabang Semarang). SEIKO: *Journal Of Management & Business*, 5(2), 395-404.
- Sari, D. P., Pitoewas, B., & Yanzi, H. (2017). Efektivitas Ruang Henti Khusus Dalam Menciptakan Tertib Lalu Lintas Di Kota Bandar Lampung. *Jurnal Kultur Demokrasi*, 5(7).
- Shilawati, A. (2020). Pengaruh Citra Perusahaan, Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pt. Jalur Nugraha Ekakurir (Jne) Tipar Cakung Jakarta Timur) (*Doctoral Dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta*).
- Subekti, S. (2017). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Membeli Tiket Maskapai Penerbangan Lion Air Rute Lampung-Jakarta. *Warta Penelitian Perhubungan*, 29(1), 123-140.

- Sugiyono, 2016. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D)* Penerbit Alfabeta Bandung
- Susilawati, R. (2016). Pengaruh Kehalallan Produk, Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepercayaan Konsumen Dan Dampaknya Pada Citra Perusahaan Restoran Solaria (Survey Pada Pengunjung Restoran Solaria Di Istana Plaza Bandung) (*Doctoral Dissertation, Fakultas Ekonomi Unpas Bandung*).
- Tonda, F., & Tyas, T. S. N. (2022). Literature Review Determinasi Perilaku Konsumen: Kebudayaan, Sosial Dan Pribadi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 509-519.
- Wardhana, R. K. (2016). Pengaruh Penyampaian Jasa Terhadap Kepuasan Serta Implikasinya Pada Kepercayaan Pasien Di Puskesmas Rusunawa Kota Bandung (*Doctoral Dissertation, UNPAS*).
- Yushar, L., & Fakhruddin, F. (2019). Faktor–Faktor Penentu Waktu, Aksesibilitas, Biayatransport, Pendapatan Terhadap Penggunaan Jasa Transportasi Transkoetaradja Kota Banda Aceh (Studi Kasus: Koridor I Keudah–Darussalam 2018/2019). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Pembangunan*, 4(3), 308-316.
- Yushar, L., & Fakhruddin, F. (2019). Faktor–Faktor Penentu Waktu, Aksesibilitas, Biayatransport, Pendapatan Terhadap Penggunaan Jasa Transportasi Transkoetaradja Kota Banda Aceh (Studi Kasus: Koridor I Keudah–Darussalam 2018/2019). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Pembangunan*, 4(3), 308-316.



KUESIONER PENELITIAN

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENUMPANG DALAM MEMILIH
KERETA API SEBAGAI MODA TRANSPORTASI (STUDI PADA: KA KAMANDAKA RUTE
SEMARANG-PURWOKERTO)**

Identitas Responden :

Petunjuk : Berilah tanda checklist (√) pada jawaban yang anda anggap sesuai dengan keadaan disaat ini.

1. Nama :

2. JenisKelamin

Laki-laki

Perempuan

3. Usia anda saat ini

18 - 30 tahun

41 - 50 tahun.

31 – 40 tahun

> 50 tahun

4. Pendidikan Terakhir

SMA

SARJANA

DIPLOMA III

PASCA SARJANA

Keterangan :		Skor
SS	: Sangat Setuju	= 5
S	: Setuju	= 4
CS	: Cukup Setuju	= 3
TS	: Tidak Setuju	= 2
STS	: Sangat Tidak Setuju	= 1

PETUNJUK PENGISIAN

Pada daftar pertanyaan dibawah ini silahkan memilih salah satu jawaban yang sesuai dengan pendapat saudara, kemudian beri tanda checklist(√) pada jawaban yang dipilih pada tiap - tiap pertanyaan yang telah disediakan. Kejujuran saudara sangat membantu dalam keberhasilan penelitian ini. Atas segala perhatian dan bantuannya saya ucapkan terimakasih.

No	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
Variable Aksesibilitas (X1)						
1.	Tersediannya Sarana jalan yang baik bagi penumpang yang berjalan kaki					
2.	KA Kamandaka menyediakan tempat parkir untuk Penumpang yang menggunakan kendaraan pribadi untuk kenyamanan penumpang					
3.	Stasiun KA Kamandaka mudah di akses menggunakan kendaraan umum					

Variabel Efektivitas (X2)		SS	S	CS	TS	STS
1.	Tersediannya Sarana dan Prasarana yang baik untuk penumpang					
2.	karyawan membantu penumpang untuk mendapatkan informasi tentang KA Kamandaka					
3.	KA Kamandaka selalu melakukan keberangkatan dan kedatangan dengan tepat waktu					

Variable Promosi (X3)		SS	S	CS	TS	STS
1.	Mudah menemukan informasi periklanan di sosial media					
2.	Apakah KA Kamandaka memudahkan mobilitas masyarakat					
3.	Penjualan tiket secara langsung KA Kaligung sudah sesuai dengan ketentuan					

Variable Kepercayaan (X4)		SS	S	CS	TS	STS
1.	Pelayanan yang diberikan oleh KA Kamandaka sudah sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan					

2.	KA Kamandaka sudah memenuhi kebutuhan pengguna jasa dalam kemudahan akses pembelian tiket					
3.	Konsistensi KA Kamandaka dalam menerapkan keamanan dan kenyamanan penumpang					

Variable Keputusan Penumpang(Y)		SS	S	CS	TS	STS
1.	Kepuasan penumpang terhadap KA Kamandaka akan tetap menggunakan KA Kamandaka sebagai moda transportasi					
2.	Fasilitas yang diberikan KA Kamandaka akan membuat penumpang memberikan rekomendasi kepada orang lain					
3.	Penumpang puas terhadap layanan yang diberikan KA Kamandaka					

PERTANYAAN TERBUKA

Variabel Aksesibilitas (X1)

Pertanyaan :

Menurut anda apa yang perlu ditingkatkan dari segi aksesibilitas agar dapat mempengaruhi keputusan penumpang dalam memilih kereta api Kamandaka?

Jawaban :

.....
.....
.....
.....
.....

Variabel Efektivitas (X2)

Pertanyaan :

Menurut anda apa yang harus ditingkatkan dari segi efektivitas agar dapat mempengaruhi keputusan penumpang dalam memilih kereta api Kamandaka?

Jawaban :

.....
.....
.....
.....
.....

Variabel Promosi (X3)

Pertanyaan :

Menurut anda, apa yang perlu ditingkatkan dari segi promosi agar dapat mempengaruhi keputusan penumpang dalam memilih kereta api Kamandaka?

Jawaban :

.....
.....
.....
.....
.....

Variabel Kepercayaan (X4)

Pertanyaan :

Menurut andaapa yang perlu ditingkatkan dsri segi kepercayaan agar dapat mempengaruhi keputusan penumpang dalam memilih kereta api Kamandaka?

Jawaban :

.....
.....
.....
.....
.....

Variabel Keputusan Penumpang (Y)

Pertanyaan :

Menurut anda Keputusan apa saja yang dapat di amabil dalam memilih moda trasnportasi kereta api Kamandaka?

Jawaban :

.....
.....
.....
.....

No	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan Terakhir
1	ARIE SUJATMIKO	LAKI- LAKI	31 - 40 tahun	SMA
2	ALFI ARIYANI	PEREMPUAN	18 - 30 tahun	DIPLOMA III
3	DESI DWI PUTRI	PEREMPUAN	18 - 30 tahun	DIPLOMA III
4	AYU PUSPITA SARI	PEREMPUAN	18 - 30 tahun	SARJANA
5	BAGAS PRATAMA	LAKI- LAKI	31 - 40 tahun	SMA
6	M. BAYU SAPUTRA	LAKI- LAKI	18 - 30 tahun	SMA
7	DIMAS WAHYUDI	LAKI- LAKI	31 - 40 tahun	SMA
8	PUTRA AJI	LAKI- LAKI	41 - 50 tahun	SARJANA
9	RENI ANGGREINI	PEREMPUAN	18 - 30 tahun	SARJANA
10	TONY WALUYO	LAKI- LAKI	31 - 40 tahun	DIPLOMA III
11	RACHMAT	LAKI- LAKI	> 50 tahun	SMA
12	EKSA RADIVA	LAKI- LAKI	18 - 30 tahun	SMA
13	SRI RAHAYU	PEREMPUAN	41 - 50 tahun	SARJANA
14	NUR ROKHIM	LAKI- LAKI	41 - 50 tahun	SARJANA
15	WAHYUDI	LAKI- LAKI	31 - 40 tahun	SMA
16	KAFITA DEWI	PEREMPUAN	18 - 30 tahun	SMA
17	BAMBANG PURNOMO	LAKI- LAKI	31 - 40 tahun	DIPLOMA III
18	WALUYO AHMAD	LAKI- LAKI	31 - 40 tahun	DIPLOMA III
19	REZKI DWI AJI	LAKI- LAKI	18 - 30 tahun	SMA
20	SITI FATIMAH AZAHRA	PEREMPUAN	41 - 50 tahun	SARJANA
21	DIVA ANGGARA	LAKI- LAKI	18 - 30 tahun	SARJANA
22	ARIF BUDIMAN	LAKI- LAKI	41 - 50 tahun	DIPLOMA III
23	RATNA NUR HAPSARI	PEREMPUAN	18 - 30 tahun	SARJANA
24	SUROSO	LAKI- LAKI	> 50 tahun	SMA
25	RESTU AJI	LAKI- LAKI	18 - 30 tahun	SMA
26	SRI HARNINGSIH	PEREMPUAN	31 - 40 tahun	PASCA SARJANA
27	RUSLANI SISWARA	LAKI- LAKI	31 - 40 tahun	SMA
28	DWINANTO ANDI SAPUTRO	LAKI- LAKI	18 - 30 tahun	DIPLOMA III
29	GILANG PRAYOGI	LAKI- LAKI	18 - 30 tahun	DIPLOMA III
30	AZIZ ASIF MUFAZAM	LAKI- LAKI	18 - 30 tahun	SMA
31	HARYONO	LAKI- LAKI	41 - 50 tahun	SMA
32	WIJAKSONO	LAKI- LAKI	41 - 50 tahun	SMA
33	WISNU SETIADI	LAKI- LAKI	18 - 30 tahun	SMA
34	DIMAS AJI PANGESTU	LAKI- LAKI	18 - 30 tahun	SARJANA
35	AZIZAH MAULIDA PUTRI	PEREMPUAN	31 - 40 tahun	SARJANA
36	RICKI PRATMA	LAKI- LAKI	18 - 30 tahun	SMA
37	SANTI SUSANTI	PEREMPUAN	18 - 30 tahun	SMA
38	NUR RISMA	PEREMPUAN	31 - 40 tahun	DIPLOMA III
39	IWAN SISWOYO	LAKI- LAKI	> 50 tahun	SMA
40	YUDHI PRAWIRO	LAKI- LAKI	41 - 50 tahun	SARJANA
41	WULANDARI	PEREMPUAN	18 - 30 tahun	SARJANA

42	IKA AYUNINGTIYAS	PEREMPUAN	18 - 30 tahun	SARJANA
43	DWI MEILANI PUTRI	PEREMPUAN	31 - 40 tahun	SMA
44	PUTRI NIRSINA ARISKA	PEREMPUAN	18 - 30 tahun	DIPLOMA III
45	RIZKY NUGRIHO	LAKI- LAKI	31 - 40 tahun	DIPLOMA III
46	LUKMAN NUR HAKIM	LAKI- LAKI	31 - 40 tahun	PASCA SARJANA
47	SEKHI ALAMBANA	LAKI- LAKI	18 - 30 tahun	SMA
48	MUHAMMAD IQBAL	LAKI- LAKI	18 - 30 tahun	SARJANA
49	SUKARYO	LAKI- LAKI	> 50 tahun	SMA
50	SALSA BILAHASNA	PEREMPUAN	31 - 40 tahun	SMA
51	ENI SUEMI	PEREMPUAN	31 - 40 tahun	SMA
52	RISKA ARMETA	PEREMPUAN	18 - 30 tahun	SARJANA
53	MULYONO WAHYUDI	LAKI- LAKI	> 50 tahun	DIPLOMA III
54	ARDI WIJAYA	LAKI- LAKI	41 - 50 tahun	PASCA SARJANA
55	WIDI HARDI	LAKI- LAKI	18 - 30 tahun	SMA
56	DINDA RESTIANI	PEREMPUAN	18 - 30 tahun	DIPLOMA III
57	SELFY WULANDARI	PEREMPUAN	31 - 40 tahun	DIPLOMA III
58	DIANA FADILAH AULIA	PEREMPUAN	18 - 30 tahun	SMA
59	YOGI GUNAWAN	LAKI- LAKI	18 - 30 tahun	SMA
60	ILYAS RAMADHAN	LAKI- LAKI	18 - 30 tahun	SMA
61	BUDIMAN SUSANTO	LAKI- LAKI	41 - 50 tahun	SARJANA
62	YULI RAHMAH	PEREMPUAN	41 - 50 tahun	PASCA SARJANA
63	SAZKIA ARINA DEWI	PEREMPUAN	18 - 30 tahun	DIPLOMA III
64	RENDY SETIAWAN	LAKI- LAKI	31 - 40 tahun	SMA
65	NUR YANTO	LAKI- LAKI	> 50 tahun	SARJANA
66	RAHAYU	PEREMPUAN	> 50 tahun	SMA
67	OKTAVIANI ANGGITA	PEREMPUAN	18 - 30 tahun	DIPLOMA III
68	TRIO RAHARJO	LAKI- LAKI	41 - 50 tahun	SMA
69	M. ZIDAN ARIF	LAKI- LAKI	18 - 30 tahun	SARJANA
70	JUNAEDI	LAKI- LAKI	> 50 tahun	SMA
71	HERI DERMAWAN	LAKI- LAKI	31 - 40 tahun	SARJANA
72	DINA ASSYFA RAHMA	PEREMPUAN	18 - 30 tahun	DIPLOMA III
73	DHEA AMANDA	PEREMPUAN	18 - 30 tahun	DIPLOMA III
74	AKHSANUL FIKRI	LAKI- LAKI	18 - 30 tahun	SMA
75	AHMAD FAOZI	LAKI- LAKI	31 - 40 tahun	SMA
76	NIA AGUSTINA	PEREMPUAN	18 - 30 tahun	SMA
77	BELLA NUR OKTAVIANA	PEREMPUAN	18 - 30 tahun	DIPLOMA III
78	M. YASIR ARAFAT	LAKI- LAKI	18 - 30 tahun	SMA
79	M. KHOIRUL ANAM	LAKI- LAKI	18 - 30 tahun	SMA
80	FAJAR AFIF	LAKI- LAKI	31 - 40 tahun	SMA
81	SEPTI APRILIA	PEREMPUAN	18 - 30 tahun	SARJANA
82	YENI DEWI ALFIANI	PEREMPUAN	31 - 40 tahun	SARJANA
83	HAMZAH	LAKI- LAKI	> 50 tahun	PASCA SARJANA
84	RARA DWI FEBRI	PEREMPUAN	18 - 30 tahun	DIPLOMA III
85	YASMIN NAFILAH	PEREMPUAN	18 - 30 tahun	SMA

86	CITRA ATIANTI YULIANI	PEREMPUAN	31 - 40 tahun	DIPLOMA III
87	BAGUS ANGGORO	LAKI- LAKI	31 - 40 tahun	SMA
88	ALIF OKTAVIAN	LAKI- LAKI	18 - 30 tahun	SMA
89	YUDI SAWALUDIN	LAKI- LAKI	41 - 50 tahun	DIPLOMA III
90	WIDYA PUJI ASTUTI	PEREMPUAN	31 - 40 tahun	DIPLOMA III
91	RIZKI WALUYO	LAKI- LAKI	41 - 50 tahun	SMA
92	IKHSAN MAULANA	LAKI- LAKI	31 - 40 tahun	SMA
93	M. ABI ARDIANSYAH	LAKI- LAKI	31 - 40 tahun	SARJANA
94	GINA SONIA WIRANTI	PEREMPUAN	18 - 30 tahun	SARJANA
95	NADA PUTRI	PEREMPUAN	18 - 30 tahun	DIPLOMA III
96	ANDRI WIJAYA	LAKI- LAKI	31 - 40 tahun	SMA
97	YASIR ARAFAT	LAKI- LAKI	31 - 40 tahun	SMA
98	GITA AISYAH	PEREMPUAN	18 - 30 tahun	SMA
99	AJENG APRILIANI	PEREMPUAN	18 - 30 tahun	SMA
100	NILA NOVIANI	PEREMPUAN	18 - 30 tahun	DIPLOMA III

Data Tabulasi Responden

No	X1.1	X1.2	X1.3	Total	X2.1	X2.2	X2.3	Total	X3.1	X3.2	X3.3	Total	X4.1	X4.2	X4.3	Total	Y1	Y2	Y3	Total
1	4	4	4	12	4	4	5	13	4	4	4	12	4	5	4	13	4	4	4	12
2	4	4	3	11	4	3	3	10	4	4	3	11	3	3	3	9	3	3	3	9
3	4	4	4	12	4	4	5	13	4	4	4	12	5	5	4	14	5	5	4	14
4	5	4	3	12	3	4	3	10	4	4	4	12	4	4	4	12	5	4	5	14
5	5	5	4	14	5	4	4	13	3	3	3	9	5	4	4	13	4	4	5	13
6	5	5	4	14	4	4	3	11	3	3	4	10	4	3	4	11	4	3	4	11
7	5	5	5	15	4	5	5	14	4	4	5	13	3	4	4	11	5	5	5	15
8	4	5	5	14	5	5	5	15	4	4	4	12	3	4	3	10	4	5	4	13
9	5	4	4	13	4	4	5	13	5	5	5	15	5	5	5	15	4	4	5	13
10	4	3	4	11	4	5	4	13	4	4	4	12	4	3	3	10	5	4	4	13
11	3	4	4	11	4	4	4	12	4	4	5	13	4	4	4	12	4	4	5	13
12	4	5	3	12	4	4	3	11	4	4	3	11	5	5	4	14	5	4	4	13
13	4	5	5	14	5	5	5	15	4	5	4	13	4	4	4	12	5	5	5	15
14	4	4	3	11	4	4	4	12	4	4	4	12	3	4	4	11	4	3	3	10
15	4	4	3	11	4	4	4	12	4	4	4	12	4	5	4	13	4	4	4	12
16	4	4	3	11	4	4	4	12	4	4	4	12	4	3	4	11	4	4	4	12
17	3	4	3	10	3	4	4	11	3	3	3	9	4	4	4	12	4	4	4	12
18	4	4	3	11	3	4	3	10	3	3	4	10	5	5	4	14	4	3	3	10
19	4	5	4	13	5	5	4	14	3	3	4	10	4	4	4	12	4	5	3	12
20	5	4	4	13	4	4	5	13	4	4	5	13	4	3	4	11	4	4	5	13
21	5	5	3	13	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	5	13	4	4	5	13
22	3	3	4	10	3	3	4	10	5	4	3	12	4	4	4	12	3	3	3	9
23	5	4	4	13	4	4	4	12	4	4	4	12	4	5	5	14	4	4	4	12
24	4	5	5	14	5	5	5	15	4	4	4	12	4	4	4	12	4	5	4	13
25	3	4	4	11	4	4	4	12	3	4	4	11	3	4	4	11	3	4	4	11
26	4	4	4	12	4	5	4	13	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
27	4	5	4	13	4	5	4	13	4	4	5	13	4	4	4	12	4	4	4	12
28	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	5	13	3	4	3	10	3	4	3	10
29	4	4	3	11	3	4	4	11	4	4	3	11	4	4	4	12	4	4	4	12
30	3	4	4	11	4	3	3	10	4	4	4	12	3	4	3	10	3	4	3	10
31	5	4	4	13	5	5	5	15	4	4	5	13	5	5	4	14	5	5	4	14
32	5	5	5	15	5	5	5	15	4	4	5	13	4	4	4	12	4	4	4	12
33	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	4	3	4	11	4	3	4	11
34	4	3	3	10	3	3	4	10	4	4	4	12	3	3	4	10	3	3	4	10
35	4	4	4	12	5	4	5	14	4	4	4	12	4	3	3	10	3	3	4	10
36	4	4	4	12	4	5	4	13	5	4	4	13	4	4	4	12	4	4	4	12
37	3	3	3	9	4	4	4	12	4	4	4	12	3	3	3	9	3	3	3	9
38	5	5	5	15	4	4	4	12	4	5	4	13	4	4	4	12	4	4	4	12
39	4	5	4	13	4	5	4	13	5	5	5	15	4	4	4	12	4	4	4	12
40	3	4	4	11	4	4	4	12	4	4	4	12	3	4	3	10	3	4	3	10
41	4	4	4	12	4	5	4	13	5	5	5	15	4	5	5	14	4	5	5	14
42	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15
43	4	4	4	12	4	4	5	13	4	5	4	13	4	4	5	13	5	5	4	14
44	4	4	4	12	4	4	4	12	5	5	4	14	4	4	4	12	4	4	4	12

45	4	5	4	13	5	5	4	14	4	4	4	12	5	5	4	14	4	5	3	12
46	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
47	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15
48	3	3	4	10	4	5	5	14	4	4	4	12	3	4	3	10	3	3	4	10
49	4	4	3	11	3	4	5	12	4	4	3	11	3	3	3	9	3	3	3	9
50	3	3	3	9	4	4	3	11	4	4	4	12	4	3	3	10	4	3	3	10
51	3	3	3	9	4	4	4	12	4	4	3	11	4	5	5	14	4	4	4	12
52	4	3	4	11	4	4	4	12	4	4	4	12	5	5	4	14	4	3	4	11
53	3	3	3	9	4	4	4	12	4	4	3	11	3	4	4	11	4	3	4	11
54	4	4	4	12	4	5	4	13	4	4	5	13	3	3	4	10	4	5	5	14
55	4	4	3	11	4	4	3	11	3	4	3	10	4	4	4	12	3	3	3	9
56	5	5	5	15	4	4	4	12	4	4	4	12	3	3	3	9	5	4	4	13
57	4	4	4	12	4	5	4	13	3	4	4	11	4	4	4	12	4	4	4	12
58	5	4	4	13	4	4	4	12	3	3	4	10	4	5	5	14	5	4	4	13
59	4	3	4	11	3	4	4	11	3	3	3	9	5	5	4	14	4	4	4	12
60	4	4	4	12	4	5	4	13	3	3	4	10	3	4	4	11	4	4	4	12
61	4	3	4	11	3	4	4	11	4	4	3	11	4	3	4	11	4	3	4	11
62	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
63	5	5	5	15	5	4	5	14	4	4	5	13	4	5	4	13	5	5	5	15
64	5	5	5	15	5	5	5	15	4	4	5	13	4	5	4	13	5	5	5	15
65	5	5	5	15	5	4	5	14	4	4	5	13	4	4	4	12	5	5	5	15
66	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	3	4	4	11	4	4	3	11
67	4	3	4	11	4	5	4	13	4	4	5	13	4	5	4	13	3	4	3	10
68	5	5	5	15	5	5	5	15	4	4	5	13	3	4	4	11	5	5	5	15
69	4	4	4	12	4	5	4	13	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
70	4	4	4	12	4	5	4	13	4	4	4	12	5	4	5	14	4	4	4	12
71	4	5	4	13	4	4	4	12	4	4	4	12	3	4	4	11	4	4	4	12
72	4	4	4	12	3	4	4	11	4	4	4	12	4	5	5	14	4	4	4	12
73	5	4	4	13	4	4	5	13	5	4	5	14	4	5	4	13	4	4	5	13
74	3	4	4	11	4	3	3	10	4	4	4	12	3	4	3	10	3	4	3	10
75	4	4	4	12	5	4	5	14	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
76	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
77	4	4	4	12	3	4	3	10	4	4	4	12	3	3	4	10	3	3	4	10
78	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	3	4	3	10
79	3	3	3	9	4	4	3	11	4	4	4	12	4	5	4	13	4	3	3	10
80	5	5	5	15	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	5	13	4	4	5	13
81	4	5	4	13	4	4	4	12	4	4	4	12	4	5	4	13	4	4	4	12
82	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
83	5	5	5	15	5	4	5	14	4	4	5	13	3	4	3	10	4	5	4	13
84	4	4	3	11	3	4	4	11	3	4	3	10	4	4	4	12	4	4	4	12
85	3	4	4	11	4	4	4	12	4	4	4	12	3	4	3	10	4	4	4	12
86	4	4	4	12	4	5	4	13	4	4	4	12	5	5	4	14	4	4	4	12
87	4	4	4	12	3	3	4	10	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
88	4	5	3	12	4	4	3	11	4	4	5	13	4	3	4	11	4	4	4	12
89	4	5	5	14	3	4	4	11	4	4	4	12	4	3	4	11	3	3	3	9
90	4	3	4	11	4	4	4	12	3	4	4	11	3	4	3	10	3	3	3	9
91	4	4	4	12	4	4	4	12	3	3	4	10	4	4	4	12	4	4	4	12

92	5	5	4	14	4	5	5	14	4	4	5	13	4	4	4	12	5	5	5	15
93	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12
94	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	3	11	4	3	3	10	4	3	3	10
95	4	5	4	13	5	5	5	15	5	4	4	13	5	5	5	15	5	5	5	15
96	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	4	4	4	12
97	4	5	4	13	3	3	4	10	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9
98	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	3	4	11	4	3	4	11
99	5	5	5	15	5	5	5	15	3	4	3	10	3	4	4	11	4	3	4	11
100	5	4	4	13	5	5	4	14	4	4	5	13	5	4	4	13	5	4	4	13

Lampiran *Output* SPSS

1. Frekusensi Identitas Responden

Jenis Kelamin					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	LAKI- LAKI	59	59.0	59.0	59.0
	PEREMPUAN	41	41.0	41.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Usia Responden					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	> 50 tahun	9	9.0	9.0	9.0
	18 - 30 tahun	48	48.0	48.0	57.0
	31 - 40 tahun	29	29.0	29.0	86.0
	41 - 50 tahun	14	14.0	14.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Pendidikan Terakhir Responden					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	DIPLOMA III	25	25.0	25.0	25.0
	PASCA SARJANA	5	5.0	5.0	30.0
	SARJANA	23	23.0	23.0	53.0
	SMA	47	47.0	47.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

2. Frekuensi Jawaban Responden Variabel Aksesibilitas

Berjalan Kaki					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	0	0.0	0.0	0.0
	TS	0	0.0	0.0	0.0
	CS	14	14.0	14.0	14.0
	S	61	61.0	61.0	75.0
	SS	25	25.0	25.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Menggunakan Kendaraan Pribadi					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	0	0.0	0.0	0.0
	TS	0	0.0	0.0	0.0
	CS	14	14.0	14.0	14.0
	S	55	55.0	55.0	69.0
	SS	31	31.0	31.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Menggunakan Kendaraan Umum					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	0	0.0	0.0	0.0
	TS	0	0.0	0.0	0.0
	CS	20	20.0	20.0	20.0
	S	63	63.0	63.0	83.0
	SS	17	17.0	17.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

3. Frekuensi Jawaban Responden Variabel Efektivitas

Sarana dan Prasarana					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	0	0.0	0.0	0.0
	TS	0	0.0	0.0	0.0
	CS	15	15.0	15.0	15.0
	S	65	65.0	65.0	80.0
	SS	20	20.0	20.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Kinerja Pegawai					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	0	0.0	0.0	0.0
	TS	0	0.0	0.0	0.0
	CS	7	7.0	7.0	7.0
	S	63	63.0	63.0	70.0
	SS	30	30.0	30.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Ketepatan Waktu					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	0	0.0	0.0	0.0
	TS0	0	0.0	0.0	0.0
	CS	14	14.0	14.0	14.0
	S	60	60.0	60.0	74.0
	SS	26	26.0	26.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

4. Frekuensi Jawaban Responden Variabel Promosi

Periklanan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	0	0.0	0.0	0.0
	TS	0	0.0	0.0	0.0
	CS	16	16.0	16.0	16.0
	S	74	74.0	74.0	90.0
	SS	10	10.0	10.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Hubungan Dengan Masyarakat					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	0	0.0	0.0	0.0
	TS	0	0.0	0.0	0.0
	CS	10	10.0	10.0	10.0
	S	81	81.0	81.0	91.0
	SS	9	9.0	9.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Penjualan Langsung					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	0	0.0	0.0	0.0
	TS	0	0.0	0.0	0.0
	CS	17	17.0	17.0	17.0
	S	60	60.0	60.0	77.0
	SS	23	23.0	23.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

5. Frekuensi Jawaban Responden Variabel Kepercayaan

Integritas					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	0	0.0	0.0	0.0
	TS	0	0.0	0.0	0.0
	CS	26	26.0	26.0	26.0
	S	59	59.0	59.0	85.0
	SS	15	15.0	15.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Kompetensi					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	0	0.0	0.0	0.0
	TS	0	0.0	0.0	0.0
	CS	20	20.0	20.0	20.0
	S	55	55.0	55.0	75.0
	SS	25	25.0	25.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Konsistensi					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	0	0.0	0.0	0.0
	TS	0	0.0	0.0	0.0
	CS	19	19.0	19.0	19.0
	S	68	68.0	68.0	87.0
	SS	13	13.0	13.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

6. Frekuensi Jawaban Responden Variabel Keputusan Penumpang

Tidak Akan Berpindah					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	0	0.0	0.0	0.0
	TS	0	0.0	0.0	0.0
	CS	19	19.0	19.0	19.0
	S	62	62.0	62.0	81.0
	SS	19	19.0	19.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Memberikan Rekomendasi Kepada Orang Lain					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	24	24.0	24.0	24.0
	S	56	56.0	56.0	80.0
	SS	20	20.0	20.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Kemantapan Akan Kualitas					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	22	22.0	22.0	22.0
	S	58	58.0	58.0	80.0
	SS	20	20.0	20.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

7. Output SPSS Uji Validitas

Uji Validitas Aksesibilitas (X1)

Correlations					
		X1.1	X1.2	X1.3	Aksesibilitas
X1.1	Pearson Correlation	1	.555**	.464**	.817**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.555**	1	.520**	.849**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.464**	.520**	1	.800**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
Aksesibilitas	Pearson Correlation	.817**	.849**	.800**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji Validitas Efektivitas (X2)

Correlations					
		X2.1	X2.2	X2.3	Efektivitas
X2.1	Pearson Correlation	1	.508**	.475**	.824**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.508**	1	.407**	.785**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.475**	.407**	1	.795**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
Efektivitas	Pearson Correlation	.824**	.785**	.795**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji Validitas Promosi (X3)

Correlations					
		X3.1	X3.2	X3.3	Promosi
X3.1	Pearson Correlation	1	.722**	.388**	.845**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.722**	1	.330**	.801**
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.000
	N	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.388**	.330**	1	.769**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001		.000
	N	100	100	100	100
Promosi	Pearson Correlation	.845**	.801**	.769**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji Validitas Kepercayaan (X4)

Correlations					
		X4.1	X4.2	X4.3	Kepercayaa n
X4.1	Pearson Correlation	1	.487**	.517**	.821**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
X4.2	Pearson Correlation	.487**	1	.486**	.823**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
X4.3	Pearson Correlation	.517**	.486**	1	.799**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
Kepercayaan	Pearson Correlation	.821**	.823**	.799**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji Validitas Keputusan Penumpang (Y)

Correlations					
		Y1	Y2	Y3	Keputusan Penumpang
Y1	Pearson Correlation	1	.613**	.626**	.869**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	.613**	1	.534**	.844**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	.626**	.534**	1	.845**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
Keputusan Penumpang	Pearson Correlation	.869**	.844**	.845**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

8. Output SPSS Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas Aksesibilitas (X1)

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.760	.760	3

Uji Reliabilitas Efektivitas (X2)

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.720	.722	3

Uji Reliabilitas Promosi (X3)

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.705	.735	3

Uji Reliabilitas Kepercayaan (X4)

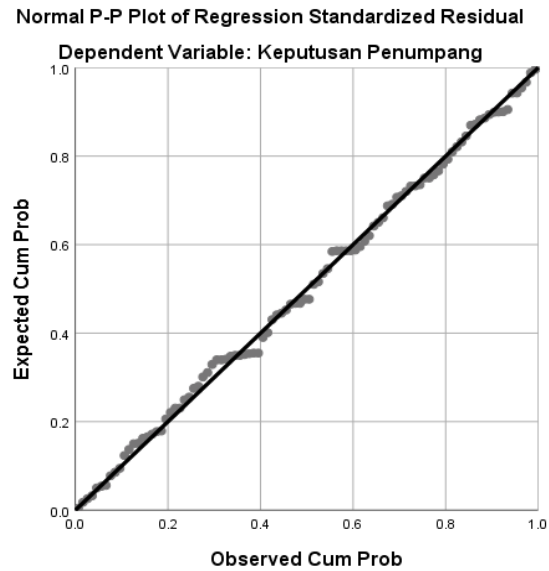
Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.744	.748	3

Uji Reliabilitas Keputusan Penumpang (Y)

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.811	.813	3

9. Output SPSS Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.05186327
Most Extreme Differences	Absolute	.048
	Positive	.048
	Negative	-.036
Test Statistic		.048
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Uji Multikolonieritas

Uji Multikolonieritas dari Nilai Tolerance dan VIF

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-2.766	1.318		-2.099	.039		
	Aksesibilitas	.357	.086	.334	4.155	.000	.661	1.512
	Efektivitas	.322	.099	.278	3.258	.002	.586	1.706
	Promosi	.181	.095	.139	2.036	.045	.800	1.250
	Kepercayaan	.352	.074	.325	4.750	.000	.912	1.096

a. Dependent Variable: Keputusan Penumpang

Hasil Uji Multikolonieritas Matrik Kolerasi Antar Variabel

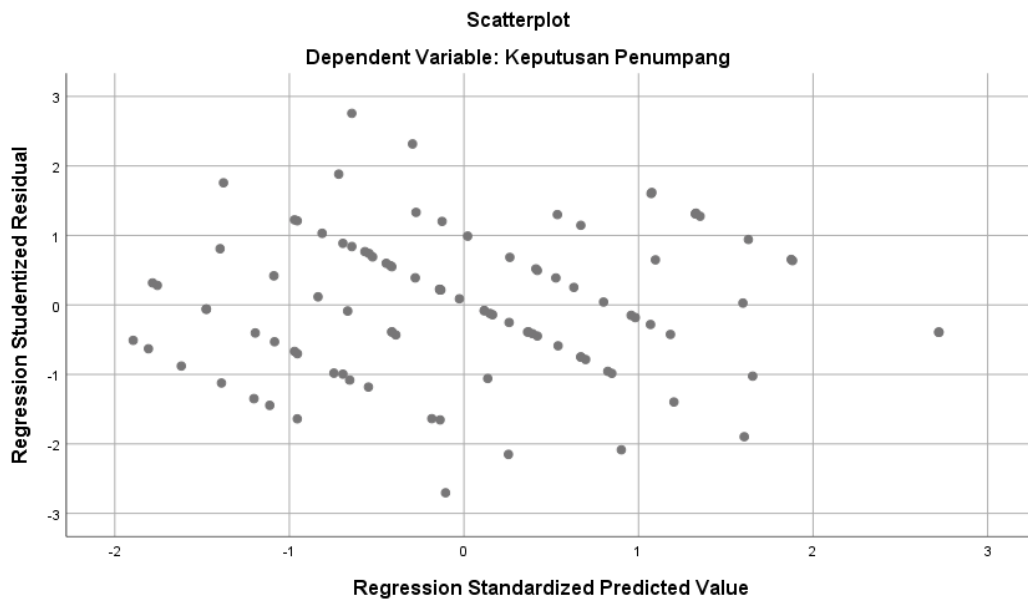
Coefficient Correlations ^a						
Model			Kepercayaan	Aksesibilitas	Promosi	Efektivitas
1	Correlations	Kepercayaan	1.000	-.029	-.115	-.161
		Aksesibilitas	-.029	1.000	-.091	-.503
		Promosi	-.115	-.091	1.000	-.291
		Efektivitas	-.161	-.503	-.291	1.000
	Covariances	Kepercayaan	.005	.000	-.001	-.001
		Aksesibilitas	.000	.007	-.001	-.004
		Promosi	-.001	-.001	.009	-.003
		Efektivitas	-.001	-.004	-.003	.010

a. Dependent Variable: Keputusan Penumpang

Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.771 ^a	.594	.577	1.074	1.826
a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Aksesibilitas, Promosi, Efektivitas					
b. Dependent Variable: Keputusan Penumpang					

Uji Heteroskedastisitas (Grafik *Scatterplot*)



Hasil Uji Spearman's Rho

Correlations							
			Aksesibilitas	Efektivitas	Promosi	Kepercayaan	Unstandardized Residual
Spearman's rho	Aksesibilitas	Correlation Coefficient	1.000	.570**	.403**	.223*	.011
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.026	.913
		N	100	100	100	100	100
	Efektivitas	Correlation Coefficient	.570**	1.000	.495**	.256*	.026
		Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.010	.797
		N	100	100	100	100	100
	Promosi	Correlation Coefficient	.403**	.495**	1.000	.185	.052
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.	.066	.606
		N	100	100	100	100	100
	Kepercayaan	Correlation Coefficient	.223*	.256*	.185	1.000	.017
		Sig. (2-tailed)	.026	.010	.066	.	.866
		N	100	100	100	100	100
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	.011	.026	.052	.017	1.000
		Sig. (2-tailed)	.913	.797	.606	.866	.
		N	100	100	100	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).							
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).							

10. Output SPSS Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-2.766	1.318		-2.099	.039		
	Aksesibilitas	.357	.086	.334	4.155	.000	.661	1.512
	Efektivitas	.322	.099	.278	3.258	.002	.586	1.706
	Promosi	.181	.095	.139	2.036	.045	.800	1.250
	Kepercayaan	.352	.074	.325	4.750	.000	.912	1.096

a. Dependent Variable: Keputusan Penumpang

11. Output SPSS Uji Hipotesis (Uji-t)

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-2.766	1.318		-2.099	.039		
	Aksesibilitas	.357	.086	.334	4.155	.000	.661	1.512
	Efektivitas	.322	.099	.278	3.258	.002	.586	1.706
	Promosi	.181	.095	.139	2.036	.045	.800	1.250
	Kepercayaan	.352	.074	.325	4.750	.000	.912	1.096

a. Dependent Variable: Keputusan Penumpang

12. Output SPSS Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.771 ^a	.594	.577	1.074	1.826
a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Aksesibilitas, Promosi, Efektivitas					
b. Dependent Variable: Keputusan Penumpang					





Tabel r untuk df = 1 - 50

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432

Tabel r untuk df = 51 - 100

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

Tabel Durbin-Watson (DW), $\alpha = 5\%$

Direproduksi oleh:

Junaidi (<http://junaidichaniago.wordpress.com>)

dari sumber: <http://www.stanford.edu>

Catatan-Catatan Reproduksi dan Cara Membaca Tabel:

1. Tabel DW ini direproduksi dengan merubah format tabel mengikuti format tabel DW yang umumnya dilampirkan pada buku-buku teks statistik/ekonometrik di Indonesia, agar lebih mudah dibaca dan diperbandingkan
2. Simbol 'k' pada tabel menunjukkan banyaknya variabel bebas (penjelas), tidak termasuk variabel terikat.
3. Simbol 'n' pada tabel menunjukkan banyaknya observasi

Tabel Durbin-Watson (DW), $\alpha = 5\%$

n	k=1		k=2		k=3		k=4		k=5	
	dL	dU	dL	dU	dL	dU	dL	dU	dL	dU
6	0.6102	1.4002								
7	0.6996	1.3564	0.4672	1.8964						
8	0.7629	1.3324	0.5591	1.7771	0.3674	2.2866				
9	0.8243	1.3199	0.6291	1.6993	0.4548	2.1282	0.2957	2.5881		
10	0.8791	1.3197	0.6972	1.6413	0.5253	2.0163	0.3760	2.4137	0.2427	2.8217
11	0.9273	1.3241	0.7580	1.6044	0.5948	1.9280	0.4441	2.2833	0.3155	2.6446
12	0.9708	1.3314	0.8122	1.5794	0.6577	1.8640	0.5120	2.1766	0.3796	2.5061
13	1.0097	1.3404	0.8612	1.5621	0.7147	1.8159	0.5745	2.0943	0.4445	2.3897
14	1.0450	1.3503	0.9054	1.5507	0.7667	1.7788	0.6321	2.0296	0.5052	2.2959
15	1.0770	1.3605	0.9455	1.5432	0.8140	1.7501	0.6852	1.9774	0.5620	2.2198
16	1.1062	1.3709	0.9820	1.5386	0.8572	1.7277	0.7340	1.9351	0.6150	2.1567
17	1.1330	1.3812	1.0154	1.5361	0.8968	1.7101	0.7790	1.9005	0.6641	2.1041
18	1.1576	1.3913	1.0461	1.5353	0.9331	1.6961	0.8204	1.8719	0.7098	2.0600
19	1.1804	1.4012	1.0743	1.5355	0.9666	1.6851	0.8588	1.8482	0.7523	2.0226
20	1.2015	1.4107	1.1004	1.5367	0.9976	1.6763	0.8943	1.8283	0.7918	1.9908
21	1.2212	1.4200	1.1246	1.5385	1.0262	1.6694	0.9272	1.8116	0.8286	1.9635
22	1.2395	1.4289	1.1471	1.5408	1.0529	1.6640	0.9578	1.7974	0.8629	1.9400
23	1.2567	1.4375	1.1682	1.5435	1.0778	1.6597	0.9864	1.7855	0.8949	1.9196
24	1.2728	1.4458	1.1878	1.5464	1.1010	1.6565	1.0131	1.7753	0.9249	1.9018
25	1.2879	1.4537	1.2063	1.5495	1.1228	1.6540	1.0381	1.7666	0.9530	1.8863
26	1.3022	1.4614	1.2236	1.5528	1.1432	1.6523	1.0616	1.7591	0.9794	1.8727
27	1.3157	1.4688	1.2399	1.5562	1.1624	1.6510	1.0836	1.7527	1.0042	1.8608
28	1.3284	1.4759	1.2553	1.5596	1.1805	1.6503	1.1044	1.7473	1.0276	1.8502
29	1.3405	1.4828	1.2699	1.5631	1.1976	1.6499	1.1241	1.7426	1.0497	1.8409
30	1.3520	1.4894	1.2837	1.5666	1.2138	1.6498	1.1426	1.7386	1.0706	1.8326
31	1.3630	1.4957	1.2969	1.5701	1.2292	1.6500	1.1602	1.7352	1.0904	1.8252
32	1.3734	1.5019	1.3093	1.5736	1.2437	1.6505	1.1769	1.7323	1.1092	1.8187
33	1.3834	1.5078	1.3212	1.5770	1.2576	1.6511	1.1927	1.7298	1.1270	1.8128
34	1.3929	1.5136	1.3325	1.5805	1.2707	1.6519	1.2078	1.7277	1.1439	1.8076
35	1.4019	1.5191	1.3433	1.5838	1.2833	1.6528	1.2221	1.7259	1.1601	1.8029
36	1.4107	1.5245	1.3537	1.5872	1.2953	1.6539	1.2358	1.7245	1.1755	1.7987
37	1.4190	1.5297	1.3635	1.5904	1.3068	1.6550	1.2489	1.7233	1.1901	1.7950
38	1.4270	1.5348	1.3730	1.5937	1.3177	1.6563	1.2614	1.7223	1.2042	1.7916
39	1.4347	1.5396	1.3821	1.5969	1.3283	1.6575	1.2734	1.7215	1.2176	1.7886
40	1.4421	1.5444	1.3908	1.6000	1.3384	1.6589	1.2848	1.7209	1.2305	1.7859
41	1.4493	1.5490	1.3992	1.6031	1.3480	1.6603	1.2958	1.7205	1.2428	1.7835
42	1.4562	1.5534	1.4073	1.6061	1.3573	1.6617	1.3064	1.7202	1.2546	1.7814
43	1.4628	1.5577	1.4151	1.6091	1.3663	1.6632	1.3166	1.7200	1.2660	1.7794
44	1.4692	1.5619	1.4226	1.6120	1.3749	1.6647	1.3263	1.7200	1.2769	1.7777
45	1.4754	1.5660	1.4298	1.6148	1.3832	1.6662	1.3357	1.7200	1.2874	1.7762
46	1.4814	1.5700	1.4368	1.6176	1.3912	1.6677	1.3448	1.7201	1.2976	1.7748
47	1.4872	1.5739	1.4435	1.6204	1.3989	1.6692	1.3535	1.7203	1.3073	1.7736
48	1.4928	1.5776	1.4500	1.6231	1.4064	1.6708	1.3619	1.7206	1.3167	1.7725
49	1.4982	1.5813	1.4564	1.6257	1.4136	1.6723	1.3701	1.7210	1.3258	1.7716
50	1.5035	1.5849	1.4625	1.6283	1.4206	1.6739	1.3779	1.7214	1.3346	1.7708
51	1.5086	1.5884	1.4684	1.6309	1.4273	1.6754	1.3855	1.7218	1.3431	1.7701
52	1.5135	1.5917	1.4741	1.6334	1.4339	1.6769	1.3929	1.7223	1.3512	1.7694
53	1.5183	1.5951	1.4797	1.6359	1.4402	1.6785	1.4000	1.7228	1.3592	1.7689
54	1.5230	1.5983	1.4851	1.6383	1.4464	1.6800	1.4069	1.7234	1.3669	1.7684
55	1.5276	1.6014	1.4903	1.6406	1.4523	1.6815	1.4136	1.7240	1.3743	1.7681
56	1.5320	1.6045	1.4954	1.6430	1.4581	1.6830	1.4201	1.7246	1.3815	1.7678
57	1.5363	1.6075	1.5004	1.6452	1.4637	1.6845	1.4264	1.7253	1.3885	1.7675
58	1.5405	1.6105	1.5052	1.6475	1.4692	1.6860	1.4325	1.7259	1.3953	1.7673
59	1.5446	1.6134	1.5099	1.6497	1.4745	1.6875	1.4385	1.7266	1.4019	1.7672
60	1.5485	1.6162	1.5144	1.6518	1.4797	1.6889	1.4443	1.7274	1.4083	1.7671
61	1.5524	1.6189	1.5189	1.6540	1.4847	1.6904	1.4499	1.7281	1.4146	1.7671
62	1.5562	1.6216	1.5232	1.6561	1.4896	1.6918	1.4554	1.7288	1.4206	1.7671
63	1.5599	1.6243	1.5274	1.6581	1.4943	1.6932	1.4607	1.7296	1.4265	1.7671
64	1.5635	1.6268	1.5315	1.6601	1.4990	1.6946	1.4659	1.7303	1.4322	1.7672
65	1.5670	1.6294	1.5355	1.6621	1.5035	1.6960	1.4709	1.7311	1.4378	1.7673
66	1.5704	1.6318	1.5395	1.6640	1.5079	1.6974	1.4758	1.7319	1.4433	1.7675
67	1.5738	1.6343	1.5433	1.6660	1.5122	1.6988	1.4806	1.7327	1.4486	1.7676
68	1.5771	1.6367	1.5470	1.6678	1.5164	1.7001	1.4853	1.7335	1.4537	1.7678
69	1.5803	1.6390	1.5507	1.6697	1.5205	1.7015	1.4899	1.7343	1.4588	1.7680
70	1.5834	1.6413	1.5542	1.6715	1.5245	1.7028	1.4943	1.7351	1.4637	1.7683

Tabel Durbin-Watson (DW), $\alpha = 5\%$

n	k=1		k=2		k=3		k=4		k=5	
	dL	dU	dL	dU	dL	dU	dL	dU	dL	dU
71	1.5865	1.6435	1.5577	1.6733	1.5284	1.7041	1.4987	1.7358	1.4685	1.7685
72	1.5895	1.6457	1.5611	1.6751	1.5323	1.7054	1.5029	1.7366	1.4732	1.7688
73	1.5924	1.6479	1.5645	1.6768	1.5360	1.7067	1.5071	1.7375	1.4778	1.7691
74	1.5953	1.6500	1.5677	1.6785	1.5397	1.7079	1.5112	1.7383	1.4822	1.7694
75	1.5981	1.6521	1.5709	1.6802	1.5432	1.7092	1.5151	1.7390	1.4866	1.7698
76	1.6009	1.6541	1.5740	1.6819	1.5467	1.7104	1.5190	1.7399	1.4909	1.7701
77	1.6036	1.6561	1.5771	1.6835	1.5502	1.7117	1.5228	1.7407	1.4950	1.7704
78	1.6063	1.6581	1.5801	1.6851	1.5535	1.7129	1.5265	1.7415	1.4991	1.7708
79	1.6089	1.6601	1.5830	1.6867	1.5568	1.7141	1.5302	1.7423	1.5031	1.7712
80	1.6114	1.6620	1.5859	1.6882	1.5600	1.7153	1.5337	1.7430	1.5070	1.7716
81	1.6139	1.6639	1.5888	1.6898	1.5632	1.7164	1.5372	1.7438	1.5109	1.7720
82	1.6164	1.6657	1.5915	1.6913	1.5663	1.7176	1.5406	1.7446	1.5146	1.7724
83	1.6188	1.6675	1.5942	1.6928	1.5693	1.7187	1.5440	1.7454	1.5183	1.7728
84	1.6212	1.6693	1.5969	1.6942	1.5723	1.7199	1.5472	1.7462	1.5219	1.7732
85	1.6235	1.6711	1.5995	1.6957	1.5752	1.7210	1.5505	1.7470	1.5254	1.7736
86	1.6258	1.6728	1.6021	1.6971	1.5780	1.7221	1.5536	1.7478	1.5289	1.7740
87	1.6280	1.6745	1.6046	1.6985	1.5808	1.7232	1.5567	1.7485	1.5322	1.7745
88	1.6302	1.6762	1.6071	1.6999	1.5836	1.7243	1.5597	1.7493	1.5356	1.7749
89	1.6324	1.6778	1.6095	1.7013	1.5863	1.7254	1.5627	1.7501	1.5388	1.7754
90	1.6345	1.6794	1.6119	1.7026	1.5889	1.7264	1.5656	1.7508	1.5420	1.7758
91	1.6366	1.6810	1.6143	1.7040	1.5915	1.7275	1.5685	1.7516	1.5452	1.7763
92	1.6387	1.6826	1.6166	1.7053	1.5941	1.7285	1.5713	1.7523	1.5482	1.7767
93	1.6407	1.6841	1.6188	1.7066	1.5966	1.7295	1.5741	1.7531	1.5513	1.7772
94	1.6427	1.6857	1.6211	1.7078	1.5991	1.7306	1.5768	1.7538	1.5542	1.7776
95	1.6447	1.6872	1.6233	1.7091	1.6015	1.7316	1.5795	1.7546	1.5572	1.7781
96	1.6466	1.6887	1.6254	1.7103	1.6039	1.7326	1.5821	1.7553	1.5600	1.7785
97	1.6485	1.6901	1.6275	1.7116	1.6063	1.7335	1.5847	1.7560	1.5628	1.7790
98	1.6504	1.6916	1.6296	1.7128	1.6086	1.7345	1.5872	1.7567	1.5656	1.7795
99	1.6522	1.6930	1.6317	1.7140	1.6108	1.7355	1.5897	1.7575	1.5683	1.7799
100	1.6540	1.6944	1.6337	1.7152	1.6131	1.7364	1.5922	1.7582	1.5710	1.7804
101	1.6558	1.6958	1.6357	1.7163	1.6153	1.7374	1.5946	1.7589	1.5736	1.7809
102	1.6576	1.6971	1.6376	1.7175	1.6174	1.7383	1.5969	1.7596	1.5762	1.7813
103	1.6593	1.6985	1.6396	1.7186	1.6196	1.7392	1.5993	1.7603	1.5788	1.7818
104	1.6610	1.6998	1.6415	1.7198	1.6217	1.7402	1.6016	1.7610	1.5813	1.7823
105	1.6627	1.7011	1.6433	1.7209	1.6237	1.7411	1.6038	1.7617	1.5837	1.7827
106	1.6644	1.7024	1.6452	1.7220	1.6258	1.7420	1.6061	1.7624	1.5861	1.7832
107	1.6660	1.7037	1.6470	1.7231	1.6277	1.7428	1.6083	1.7631	1.5885	1.7837
108	1.6676	1.7050	1.6488	1.7241	1.6297	1.7437	1.6104	1.7637	1.5909	1.7841
109	1.6692	1.7062	1.6505	1.7252	1.6317	1.7446	1.6125	1.7644	1.5932	1.7846
110	1.6708	1.7074	1.6523	1.7262	1.6336	1.7455	1.6146	1.7651	1.5955	1.7851
111	1.6723	1.7086	1.6540	1.7273	1.6355	1.7463	1.6167	1.7657	1.5977	1.7855
112	1.6738	1.7098	1.6557	1.7283	1.6373	1.7472	1.6187	1.7664	1.5999	1.7860
113	1.6753	1.7110	1.6574	1.7293	1.6391	1.7480	1.6207	1.7670	1.6021	1.7864
114	1.6768	1.7122	1.6590	1.7303	1.6410	1.7488	1.6227	1.7677	1.6042	1.7869
115	1.6783	1.7133	1.6606	1.7313	1.6427	1.7496	1.6246	1.7683	1.6063	1.7874
116	1.6797	1.7145	1.6622	1.7323	1.6445	1.7504	1.6265	1.7690	1.6084	1.7878
117	1.6812	1.7156	1.6638	1.7332	1.6462	1.7512	1.6284	1.7696	1.6105	1.7883
118	1.6826	1.7167	1.6653	1.7342	1.6479	1.7520	1.6303	1.7702	1.6125	1.7887
119	1.6839	1.7178	1.6669	1.7352	1.6496	1.7528	1.6321	1.7709	1.6145	1.7892
120	1.6853	1.7189	1.6684	1.7361	1.6513	1.7536	1.6339	1.7715	1.6164	1.7896
121	1.6867	1.7200	1.6699	1.7370	1.6529	1.7544	1.6357	1.7721	1.6184	1.7901
122	1.6880	1.7210	1.6714	1.7379	1.6545	1.7552	1.6375	1.7727	1.6203	1.7905
123	1.6893	1.7221	1.6728	1.7388	1.6561	1.7559	1.6392	1.7733	1.6222	1.7910
124	1.6906	1.7231	1.6743	1.7397	1.6577	1.7567	1.6409	1.7739	1.6240	1.7914
125	1.6919	1.7241	1.6757	1.7406	1.6592	1.7574	1.6426	1.7745	1.6258	1.7919
126	1.6932	1.7252	1.6771	1.7415	1.6608	1.7582	1.6443	1.7751	1.6276	1.7923
127	1.6944	1.7261	1.6785	1.7424	1.6623	1.7589	1.6460	1.7757	1.6294	1.7928
128	1.6957	1.7271	1.6798	1.7432	1.6638	1.7596	1.6476	1.7763	1.6312	1.7932
129	1.6969	1.7281	1.6812	1.7441	1.6653	1.7603	1.6492	1.7769	1.6329	1.7937
130	1.6981	1.7291	1.6825	1.7449	1.6667	1.7610	1.6508	1.7774	1.6346	1.7941
131	1.6993	1.7301	1.6838	1.7458	1.6682	1.7617	1.6523	1.7780	1.6363	1.7945
132	1.7005	1.7310	1.6851	1.7466	1.6696	1.7624	1.6539	1.7786	1.6380	1.7950
133	1.7017	1.7319	1.6864	1.7474	1.6710	1.7631	1.6554	1.7791	1.6397	1.7954
134	1.7028	1.7329	1.6877	1.7482	1.6724	1.7638	1.6569	1.7797	1.6413	1.7958
135	1.7040	1.7338	1.6889	1.7490	1.6738	1.7645	1.6584	1.7802	1.6429	1.7962
136	1.7051	1.7347	1.6902	1.7498	1.6751	1.7652	1.6599	1.7808	1.6445	1.7967

Titik Persentase Distribusi t (df = 1 – 40)

df	Pr 0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
1	1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2	0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3	0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4	0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5	0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6	0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7	0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8	0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9	0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10	0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11	0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12	0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13	0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14	0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15	0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16	0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17	0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18	0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19	0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20	0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21	0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22	0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23	0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24	0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25	0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26	0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27	0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28	0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29	0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30	0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518
31	0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32	0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33	0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634
34	0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35	0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
36	0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262
37	0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563
38	0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903
39	0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279
40	0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Titik Persentase Distribusi t (df = 41 – 80)

df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 –120)

df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung