BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

Di bawah ini akan dijabarkan hasil penelitian mengenai judul "Pengaruh Citra Perusahaan*)* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada PT. Kereta Api (Persero) Bandung".(Suatu Survey Pada Konsumen Pengguna Kereta Api Argo Gede Bandung – Jakarta).

4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan

4.1.1.1 Sejarah Singkat PT. Kereta Api (Persero) Bandung

Sejarah adalah kejadian dimasa lampau yang berkaitan dengan masa sekarang, dimana kejadian tersebut diyakini kebenaranya. Begitu pula halnya dengan sejarah perkembangan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Bandung melewati beberapa peristiwa yang penting sejalan dengan negara Republik Indonesia.

Menurut perkembangannya perkeretaapian di Indonesia mengalami berbagai tahap, antara lain :

1. Zaman Hindia Belanda
2. Zaman Pendudukan Jepang
3. Zaman Kemerdekaan Indonesia (1945-1950)
4. Zaman penyerahan kedaulatan (1950-Kini)

A. Zaman Hindia Belanda

Di Indonesia kereta api sudah dikenal sejak abad ke-19 dan dijalankan pertama kali tanggal 17 Juni 1868 antara Kota Semarang (Kemijen) dan Tanjung dengan jarak 26 Km, sebagai kelanjutan adanya perkeretaapian di Indonesia dimulai dengan pemasangan lalu lintas Semarang-Surakarta oleh NISM *(Nedelands Indische Spoorweg Matschappy).*

Pencangkulan pertama untuk memasang lalu lintas tersebut dilakukan oleh Gubernur Jendral Sloet Van Beele di Semarang pada tanggal 12 Februari 1870, seluruhnya telah dibuka dan dipasang untuk umum.

Lintas Jakarta-Bogor dimulai pemasangan pada tanggal 10 April 1868 dan selesai pada tahun 1873, pemasangan lalu lintas kereta apinya dilakukan oleh NISM kemudian diambil alih oleh SS *(State Spoorwagon)*. Di Sumatra Barat pada bulan Juli 1891 telah dibuka Palu-Aer-Padang. Di Sumatra Utara telah dipasang lalu lintas Labuan-Medan pada tanggal 25 Juli 1886 oleh DSM *(Deli Spoorweg Matscchappy)*. Di Sumatra Selatan pada tanggal 1912 dimulai dengan pemasangan Teluk Bentuk-Prabumulih, juga di Sulawesi pada tanggal 1 Julli 1923 telah dipasang lintas Kassar-Tekelar, disamping SS yang diusahakan oleh Hindia Belanda, terdapat juga 11 tempat perkeretaapian swasta di Jawa dan I di Semarang antara lain :

1. NV *Nederlandsch Indische Spoorweg Matschappy* (NISM)
2. NV Semarang *Cherebon Straamtram Matschappy* (SCS)
3. NV Semarang *Joane Straamtram Matschappy* (SJS)

4. NN *Sarajoe Dal Straamtram Matschappy* (SDS)
5. NV *Oast Java Dal Straamtram Matschappy* (SOS)
6. NV *Modjokerto Straamtram Matschappy* (MELSM)
7. NV *Kediri Straamtram Matschappy* (KSM)
8. NV Malang *Straamtram Matschappy* (MSM)
9. NV Pasuruan *Straamtram Matschappy* (PSM)
10. NV Probolinggo *Straamtram Matschappy* (PBSM)
11. NV Madura *Straamtram Matschappy* (MDSM)
12. NV Deli *Straamtram Matschappy* (DSM).

Peranan perkeretaapian swasta sebagai prasarana perekonomian pada waktu itu menimbangi peranan usaha pemerintah dengan nama *Staat Spoorweg* (SS). Pemerintah Belanda memasang jaringan-jaringan di Jawa yang diarahkan pada tujuan penyempurnaan administrasi pemerintah dalam rangka menjamin Keamana pertahanan dalam negri. Pemasangan jaringan kereta api di Aceh dilaksanakan oleh Departemen Penerangan *(Department Van Corleg).* Pada tahun 1917 pengesahan beralih dari militer (Dept. Penerangan) kepada SS dengan tujuan untuk mengamankan hasil usaha yang dinamakan ”PASIFIRATIS”.

B. Zaman Pendudukan Jepang

Dengan datangnya bala tentara Jepang, maka semua perkeretaapian di Indonesia disatukan dalam satu pimpinan. Di Jawa berada dibawah Angkatan Darat *(Riyuku)* dan disumatra dibawah Angkatan Laut *(Kaigun).* Di Jawa

dinamakan *SIYUKU SOKYUKU* dan kemudian *TEKINDO KYUKU* dibagi menjadi tiga daerah bagian, yaitu :

1. Barat *(Soibu Kyuku)*
2. Tengah *(Khubu Kyuku)*
3. Timur *(Tehu Kyuku)*

Masing-masing daerah tersebut diatas dibagi lagi dalam inspeksi *(Zimusoho)* yang masing-masing berdiri sendiri dengan nama *Keto Sumatra Tetsudo* (Aceh dan DSM), *Seibu Sumatra Tetsudo* (Jawa Barat), dan *Nanbu Sumatra Tetsudo* (Sumatra selatan).

Secara resmi pimpinan pusat dipegang oleh pejabat sipil atau militer Jepang, meskipun pada kenyataannya pegawai bangsa Indonesia yang melaksanakan pekerjaanya.

C. Zaman Kemerdekaan Indonesia (1045 – 1950)

Di tahun 1945-1950 ini, seluruh rakyat Indonesia berjuang untuk mempertahankan kemerdekaan tanah airnya. Perusahaan Kereta Api dengan nama Djawatan Kereta Api Republik Indonesia (DKARI) yang lahirnya tanggal 28 September 1945 dari semula telah menunjukan dan membuktikan untuk perjuangan kemerdekaan ini.

Perjuangan para karyawan telah berhasil pula menyumbangkan jasa yang penting seperti :

1. Memudahkan anggota Republik Indonesia ke Yogyakarta
2. Angkutan Apsi

3. Angkutan beras untuk Indonesia
4. Angkutan rencana laskar ke *Front*

Pada masa itu juga berbagai kesulitan, hambatan, dan teknis operasional para karyawan yang secara improvisasi menutup kekurangan atau kebutuhan yang timbul.

D. Zaman Penyerahan Kedaulatan (1950-Kini)

Pada tanggal 25 Mei 1963 DKARI berubah menjadi PNKA (Perusahaan Negara Kereta Api) dimana pembiayaan untuk kereta api dilakukan berdasarklan *Hit And Run Polliey* dalam arti bilamana dapat dikemukakan dana – dana yang belum ada tujuannya, maka dana ini dipergunakan untuk keperluan PNKA.

Pada tanggal 15 September 1971 terjadi perubahan status dari PNKA menjadi PJKA (Perusahaan Jawatan Kereta Api), dan status pegawainya menjadi pegawai negeri, hal ini sesuai dengan peraturan pemerintah No. 44 dan No. 45 tahun 1974 pasal 23, yaitu bahwa PJKA merupakan unit organisasi dalam lingkungan Departemen Perhubungan, dimana kedudukan, tugas, fungsi, dan susunan organisasi diatur sendiri. Namun Peraturan Pemerintah No. 61 tahun 1971 baru terealisasi setelah dikeluarkan Surat Keputusan bersama antara Menkeu dan Menhub No.127/KMK/07/1979/KM.96/LD.302/PHB/79, juga dengan dikeluarkannya Keputusan Mentri Perhubungan No.SK,33/01.002/PHB/1979 yaitu mengenai pembentukan panitia likuidasi PNKA, maka tanggal 1 April 1979 secara resmi PNKA berubah menjadi PJKA.

Pada tanggal 23 Februari 1991 secara remi berubah status menjadi Perusahaan Umum Kereta Api (Perumka). Perubahan ini berdasarkan Keputusan Mentri Perhubungan No.8 tahun 1991.

Menurut menteri perhubungan menimbang bahwa perubahan status bentuk usaha, Perusahaan Jawatan Kereta Api menjadi Perusahaan Umum Kereta Api (PERUM) berdasarklan peraturan pemerintah No.57 tahun 1990 dipandang perlu merumuskan tugas, fungsi, dan susunan organisasi perusahaan dan pelayanan kereta api. Sehubungan dengan alasan pengalihan bentuk PERJAN menjadi PERUM, pemerintah memandang perlu ditetapkannya Peraturan Pemerintah No.19/1998 tanggal 3 Februari 1998, Keputusan Presiden No.38/1999 tanggal 17 Mei 1999 dan Akta Notaris Imas Fatimah, Sh No.2 tanggal 1 Juni 1999, Perusahaan Umum Kereta Api berubah manjadi PT. Kereta Api (Persero).

4.1.1.2 Struktur Organisasi PT. Kereta Api (Persero) Daop II Bandung

Struktur adalah suatu bentuk atau bagan yang menunjukan hubungan dan kerja sama antara unit satu dengan lainnya. Organisasi adalah pembinaan hubungan wewenang dan dimaksudkan untuk mencapai koordinasi yang structural, baik secara vertical, maupun secara horizontal di antara posisi – posisi yang telah diserahi tugas – tugas khusus yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan perusahaan, Jadi, organisasi adalah hubungan structural yang mengikat dan menyatukan perusahaan dan kerangka dasar tempat individu – individu berusaha dan dikoordinasi. Sedangkan arti struktur organisasi adalah suatu gambar yang menggambarkan tipe organisasi, pendepartemenan organisasi kedudukan dan

jenis wewenang pejabat, bidang dan hubungan pekerjaan, garis perintah dan tanggung jawab, rentang kendali dan system pimpinan organisasi. Unsur – unsur organisasi terdiri dari manusia, tempat kedudukan, tujuan, pekerjaan, struktur, tekhnologi, dan lingkungan.

Organisasi sangat penting bagi perusahaan kerena merupakan wadah dan alat pelaksanaan proses manajemen dalam mencapai tujuan. Organisasi juga merupakan proses di mana struktur organisasi dibuat dan ditegakan. Proses ini meliputi ketentuan dan kegiatan – kegiatan yang spesifik yang perlu untuk menyelesaikan semua tujuan organisasi, pengelompokan kegiatan tersebut berkaitan dengan susunan yang logis dan tugas dari kelompok kegiatan ini bagi suatu jabatan atau orang yang bertanggung jawab.

PT. Kereta Api (Persero) Daop II Bandung Jawa Barat sebagai perusahaan besar yang berstatus BUMN mempunyai struktur organisasi yang jelas, namun cukup panjang birokrasinya karena ada beberapa tahapan jabatan yang harus dilalui dari direksi untuk sampai kepada karyawan. Meskipun demikian, masing-masing jabatan ini mempunyai peranan yang penting dalam kegiatan operasional perusahaan.

Kantor pusat PT. Kereta Api (Persero) Daop II Bandung Jawa Barat yang bertempat di Jalan Stasiun Timur No.1 Bandung, merupakan tempat kedudukan dari satuan-satuan organisasi perusahaan.

4.1.1.3 Deskripsi Jabatan PT. Kereta Api (Persero) Daop II Bandung Jawa Barat

1. *VP/ Deputy VP* Daerah Operasi II Bandung

VP/ Deputy VP Daerah Operasi II Bandung mempunyai tugas pokok dan tanggung jawab atas tercapainya Visi dan Misi perusahaan yang diselenggarakan melalui Daerah Operasi di wilayah geografisnya, yaitu mencakup :

a. Target pendapatan dan efisiensi biaya;
b. Keselamatan, pelayanan, kenyamanan, dan ketepatan waktu;
c. Kesiapan dan kehandalan sarana/ prasarana perkeretaapian;
d. Terselenggaranya proses peningkatan kualitas (*quality improvement*) secara berkelanjutan;
e. Melaksanakan program *Corporate Social Responsibility (CSR)*, pelestarian cagar budaya dan kelestarian lingkungan;
f. Optimalisasi sumber daya perusahaan;
g. Terkendalinya operasi perjalanan KA serta keamanan dan ketertiban;
h. Terkendalinya aktivitas operasi layanan konsumen, penjualan, dan *customer care*;
i. Efektifitas penyelenggaraan kerjasama/ kemitraan dengan pihak eksternal;
j. Terjaganya perimbangan alokasi sumber daya terkait dengan angkutan KA jarak jauh dan KA jarak pendek;
k. Terkoordinasinya seluruh aktivitas operasi bisnis perkeretaapian, yang diselenggarakan di wilayah geografisnya, baik aktivitas unit-unit

organisasi di Daerah Operasi maupun aktivitas yang diselenggarakan oleh unit vertikal Kantor Pusat;

l. Memastikan bahwa semua risiko pada proses bisnis di dalam lingkup Daerah Operasi diidentifikasi, diukur (*assessed*), dievaluasi, direspon/ dimitigasi, dikontrol, dan dipantau dengan semestinya secara berkelanjutan;
m. Mewakili perusahaan di wilayah geografisnya dalam hubungannya dengan pihak eksternal sesuai lingkup tanggung jawab dan bisnis Daerah Operasi.

Dalam menjalankan tugas pokok dan tanggung jawabnya, *VP/ Deputy VP* Daerah Operasi II Bandung, dibantu oleh beberapa *Manager* dan *Junior Manager*, yaitu :

a. *Manager* Sumber Daya Manusia dan Umum;
b. *Manager* Keuangan;
c. *Manager* Sarana;
d. *Manager* Jalan Rel dan Jembatan;
e. *Manager* Sinyal, Telekomunikasi dan Listrik;
f. *Manager* Operasi;
g. *Manager* Komersial;
h. *Manager* Pelelangan;
i. *Junior Manager* Pusat Pengendali Operasi KA;
j. *Junior Manager* Hubungan Masyarakat Daerah;
k. *Junior Manager* Hukum;

2. *Manager* Sumber Daya Manusia dan Umum

Manager Sumber Daya Manusia dan Umum mempunyai tugas dan tanggung jawab :

a. Merumuskan penjabaran strategi dan kebijakan yang berkaitan dengan tugas dan tanggung jawabnya yang telah ditetapkan Kantor Pusat, di Wilayah Daerah Operasi II Bandung;
b. Terselenggaranya proses peningkatan kualitas (*quality improvement*) secara berkelanjutan dan pengelolaaan risiko di seksinya;
c. Menyusun program pengelolaan dan evaluasi kinerja kinerja Sumber Daya Manusia (SDM);
d. Mengelola *Hygiene* Perusahaan, Kesehatan Kerja (HIPERKES) dan lingkungan;
e. Mengelola dokumen perusahaan serta kegiatan administrasi kerumahtanggaan, protokoler dan umum; serta
f. Melaksanakan perawatan bangunan dinas di Wilayah Daerah Operasi II Bandung.

Dalam menjalankan tugas dan tanggung jawabnya *Manager* Sumber Daya Manusia dan Umum dibantu oleh beberapa *Assistant Manager*, yaitu :

a. *Assistant Manager* Sumber Daya Manusia (SDM), yang mempunyai tugas dan tanggung jawab melaksanakan pengelolaan SDM meliputi : perencanaan kebutuhan SDM, administrasi dan sisterm informasi SDM, pembinaan/ pengembangan, pelatihan, sertifikasi serta pengendalian/ evaluasi kinerja SDM;
b. *Assistant Manager Hygiene* Perusahaan, Kesehatan Kerja (HIPERKES) dan Lingkungan, yang mempunyai tugas dan tanggung jawab melaksanakan pengamatan/ observasi, pengujian dan pembinaan *hygiene*

perusahaan dan kesehatan kerja (HIPERKES), ergonomi dan psikologi kerja, melaksanakan pengujian kesehatan pegawai/ pejabat, melaksanakan pelatihan dan pembinaan keselamatan kerja, perlindungan kerja dan pencegahan kecelakaan kerja dari berbagai peralatan kerja dan material yang berbahaya, serta menyediakan bahan dan alat keselamatan kerja;

c. *Assistant Manager* Dokumen dan Kerumahtanggaan, yang mempunyai tugas dan tanggung jawab melaksanakan pengelolaan/ penatausahaan dokumen perusahaan dan perundang-undangan perkeretaapian dan peraturan-peraturan relevan lainnya, melaksanakan kegiatan protokoler, tata usaha, pengadaan perlengkapan dan keperluan kantor, serta alat tulis kantor (ATK), pencatatan barang-barang inventaris, pengaturan dan pelaksanaan transportasi (pool mobil) dan akomodasi perkantoran, pengurusan wisma/ mess, serta pengarsipan surat menyurat dinas;

d. *Assistant Manager* Perawatan Bangunan Dinas, yang mempunyai tugas dan tanggung jawab merencanakan dan melaksanakan perawatan bangunan-bangunan dinas (bangunan kantor, stasiun, rumah jabatan, griya karya dan bangunan/ fasilitas pendukung operasi lainnya) di Wilayahnya.

3. *Manager* Keuangan

Manager Keuangan mempunyai tugas dan tanggung jawab :

a. Merumuskan penjabaran strategi dan kebijakan yang berkaitan dengan tugas dan tanggung jawabnya yang telah ditetapkan Kantor Pusat, di Wilayah Daerah Operasi II Bandung;

b. Mengkoordinir penyusunan Rencana Kerja Anggaran Tahunan Daerah Operasi dan melaksanakan, mengendalikan dan melaporkan rencana serta pelaksanaan anggaran;
c. Terselenggaranya proses peningkatan kualitas (*quality improvement*) secara berkelanjutan serta pengelolaan risiko diseksinya;
d. Membina pelaksanaan akuntansi dan penyusunan laporan keuangan Daerah Operasi;
e. Melaksanakan pengelolaan administrasi keuangan, pengesahan pembayaran gaji pegawai dan non pegawai, pengesahan pembayaran kepada pihak ketiga serta penyelesaian *Dokumen* analisa dan tata usaha keuangan;
f. Melaksanakan penagihan atas piutang usaha dari pengusahaan angkutan penumpang, barang dan pengusahaan asset.

Dalam menjalankan tugas dan tanggung jawabnya *Manager* Keuangan dibantu oleh seorang *Junior Manager* dan beberapa *Assistant Manager*, yaitu :

a. *Assistant Manager* Penagihan, yang mempunyai tugas dan tanggung jawab melaksanakan penagihan piutang usaha dari pengusahaan angkutan penumpang, barang dan pengusahaan asset (rekening G.215);
b. *Assistant Manager* Anggaran, yang mempunyai tugas dan tanggung jawab mengkoordinasi penyusunan Rencana Kerja Anggaran Tahunan Daerah Operasi, melaksanakan, mengendalikan dan melaporkan rencana serta pelaksanaan anggaran;

c. *Assistant Manager* Akuntansi, yang mempunyai tugas dan tanggung jawab pengelolaan akuntansi dan penyusunan laporan keuangan Daerah Operasi;
d. *Assistant Manager* Keuangan, yang mempunyai tugas dan tanggung jawab melaksanakan pengelolaan administrasi keuangan dan pajak, pengesahan pembayaran gaji pegawai dan non pegawai, pengesahan pembayaran kepada pihak ketiga, penyelesaian *Dokumen* analisa dan tata usaha keuangan, serta penerbitan Rekening G.215.

4. *Manager* Sarana

Manager Sarana, mempunyai tugas dan tanggung jawab :

a. Merumuskan penjabaran strategi dan kebijakan yang berkaitan dengan tugas dan tanggung jawabnya yang telah ditetapkan Kantor Pusat, di Wilayah Daerah Operasi II Bandung;
b. Terselenggaranya proses peningkatan kualitas (*quality improvement*) secara berkelanjutan, pengelolaan risiko dan terjaminnya *safety* di seksinya;
c. Menyusun program anggaran penyiapan sarana Siap Operasi, perawatan rutin, pengendalian dan evaluasi kinerja perawatan sarana (Lokomotif & KRD, Kereta dan Gerbong);
d. Menyusun program penyiapan Lokomotif dan KRD Siap Operasi, perawatan rutin dan pengendalian perawatan Lokomotif dan KRD;
e. Menyusun program penyiapan Kereta dan Gerbong Siap Operasi, perawatan rutin dan pengendalian perawatan Kereta dan Gerbong;

f. Melaksanakan pemantauan, pengawasan, pemeriksaan dan pembinaan mutu pekerjaan teknis perawatan sarana, administrasi teknis perawatan sarana, keuangan dan pergudangan untuk seluruh Wilayah Seksi Sarana Daerah Operasi II Bandung;
g. Melaksanakan pembinaan teknis terhadap Unit Pelaksana Teknis (UPT) yang berada di bawah Seksi Sarana di Wilayah Daerah Operasi II Bandung.

Dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya *Manager* Sarana dibantu oleh beberapa *Inspector* setingkat *Junior Manager*, beberapa *Assistant Manager* dan beberapa Unit Pelaksana Teknis (UPT). *Assistant Manager* di bawah *Manager* Sarana Daerah Operasi II Bandung, terdiri dari :

a. *Assistant Manager* Program Anggaran Sarana, mempunyai tugas dan tanggung jawab menyusun program anggaran penyiapan sarana siap operasi, perawatan rutin, pengendalian dan evaluasi kinerja efektifitas/ efisiensi anggaran perawatan sarana (Lokomotif & KRD, Kereta dan Gerbong);
b. *Assistant Manager* Perawatan Lokomotif & KRD, mempunyai tugas dan tanggung jawab menyusun program penyiapan Lokomotif & KRD siap operasi, perawatan rutin, pengendalian dan evaluasi kinerja perawatan lokomotif & KRD;
c. *Assistant Manager* Kereta & Gerbong, mempunyai tugas dan tanggung jawab menyusun program penyiapan Kereta & Gerbong siap operasi,

perawatan rutin, pengendalian dan evaluasi kinerja perawatan Kereta & Gerbong.

5. *Manager* Jalan Rel dan Jembatan

Manager Jalan Rel dan Jembatan mempunyai tugas dan tanggung jawab :

a. Merumuskan penjabaran strategi dan kebijakan yang berkaitan dengan tugas dan tanggung jawabnya yang telah ditetapkan Kantor Pusat, di Wilayah Daerah Operasi II Bandung;
b. Terselenggaranya proses peningkatan kualitas (*quality improvement*) secara berkelanjutan, pengelolaan risiko dan terjaminnya *safety* di seksinya;
c. Melaksanakan penyusunan program kerja/ anggaran dan pengendalian, serta evaluasi kinerja efektifitas/ efisiensi perawatan jalan rel, sepur simpang dan jembatan;
d. Melaksanakan penyusunan program kerja dan perencanaan teknis perawatan serta pemeliharaan kelaikan operasi jalan rel, sepur simpang dan jembatan;
e. Melaksanakan penyusunan program kerja/ perencanaan teknis perawatan/ pemeliharaan dan pengoperasian sarana/ mesin perawatan jalan rel (MPJR) berikut fasilitas perawatannya serta evaluasi perawatan jalan rel, sepur simpang dan jembatan;

f. Melaksanakan pemantauan, pengawasan, pemeriksaan dan pembinaan mutu teknis perawatan jalan rel, sepur simpang dan jembatan, serta administrasi operasional perawatan prasarana tersebut;
g. Melaksanakan pembinaan teknis terhadap Unit Pelaksana Teknis (UPT) yang berada di bawah Seksi Jalan Rel dan Jembatan di Wilayah Daerah Operasi II Bandung.

Dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya *Manager* Jalan Rel dan Jembatan dibantu oleh beberapa *Inspector* setingkat *Junior Manager*, beberapa *Assistant Manager* dan beberapa Unit Pelaksana Teknis (UPT). *Assistant Manager* di bawah *Manager* Jalan Rel dan Jembatan Daerah Operasi II Bandung, terdiri dari :

a. *Assistant Manager* Program Jalan Rel dan Jembatan, mempunyai tugas dan tanggung jawab melaksanakan penyusunan dan pengendalian program kerja/ anggaran serta evaluasi kinerja efektifitas dan efisiensi anggaran perawatan jalan rel, sepur simpang dan jembatan;
b. *Assistant Manager* Konstruksi Jalan Rel dan Jembatan, mempunyai tugas pokok melaksanakan penyusunan program kerja dan perencanaan teknis perawatan, termasuk desain untuk penanganan perbaikan darurat/ ringan, dan pemeliharaan kelaikan operasi prasarana tersebut;
c. *Assistant Manager* Fasilitas Sarana Perawatan Jalan Rel dan Jembatan dan Evaluasi, mempunyai tugas dan tanggung jawab melaksanakan penyusunan program kerja dan perencanaan teknis perawatan/ pemeliharaan dan pengoperasian MPJR, baik mesin berat maupun ringan,

fasilitas pemeliharaan/ perawatan sarana MPJR dan fasilitas pemeliharaan/ perawatan jembatan, serta evaluasi kinerja perawatan jalan rel, sepur simpang dan jembatan.

6. *Manager* Sinyal, Telekomunikasi dan Listrik (SINTELIS)

Manager Sinyal, Telekomunikasi dan Listrik (SINTELIS) mempunyai tugas dan tanggung jawab :

a. Merumuskan penjabaran strategi dan kebijakan yang berkaitan dengan tugas dan tanggung jawab yang telah ditetapkan Kantor Pusat, di Wilayah Daerah Operasi II Bandung;
b. Terselenggaranya proses peningkatan kualitas (*quality improvement*) secara berkelanjutan, pengelolaan risiko dan terjaminnya *safety* di seksinya;
c. Menyusun program anggaran dan evaluasi kinerja perawatan Sinyal, Telekomunikasi dan Listrik;
d. Menyusun program dan melaksanakan perawatan Sinyal;
e. Menyusun program dan melaksanakan perawatan Telekomunikasi;
f. Menyusun program dan melaksanakan perawatan Listrik;
g. Menjamin ketersediaan dan kelaikan peralatan Sinyal, Telekomunikasi dan Listrik;
h. Melaksanakan pemantauan, pengawasan, pemeriksaan dan pembinaan mutu pekerjaan teknis perawatan Sinyal, Telekomunikasi dan Listrik di Wilayah Daerah Operasi II Bandung;

i. Melaksanakan pembinaan teknis terhadap Unit Pelaksanaan Teknis (UPT) yang berada di bawah Seksi Sinyal, Telekomunikasi dan Listrik di Wilayah Daerah Operasi II Bandung.

Dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya *Manager* Sinyal, Telekomunikasi dan Listrik dibantu oleh beberapa *Inspector* setingkat *Junior Manager*, beberapa *Assistant Manager* dan beberapa Unit Pelaksana Teknis (UPT). *Assistant Manager* di bawah *Manager* Sinyal, Telekomunikasi dan Listrik Daerah Operasi II Bandung, terdiri dari :

a. *Assistant Manager* Program & Anggaran Perawatan SINTELIS, mempunyai tugas dan tanggung jawab melaksanakan penyusunan program anggaran dan evaluasi kinerja perawatan Sinyal, Telekomunikasi dan Listrik;
b. *Assistant Manager* Perawatan Sinyal, mempunyai tugas dan tanggung jawab melaksanakan penyusunan program perawatan Sinyal;
c. *Assistant Manager* Perawatan Telekomunikasi dan Listrik, mempunyai tugas dan tanggung jawab melaksanakan penyusunan program perawatan peralatan Telekomunikasi dan Listrik.

7. *Manager* Operasi

Manager Operasi mempunyai tugas dan tanggung jawab :

a. Merumuskan penjabaran strategi dan kebijakan yang berkaitan dengan tugas dan tanggung jawabnya yang telah ditetapkan Kantor Pusat, di Wilayah Daerah Operasi II Bandung;

b. Terselenggaranya proses peningkatan kualitas (*quality improvement*) secara berkelanjutan, pengelolaan risiko dan terjaminnya *safety* di seksinya;
c. Melaksanakan pemantauan, pengawasan, pemeriksaan dan pembinaan mutu pekerjaan teknis operasi di Stasiun dan dalam Kereta Api, administrasi teknis operasional dan keuangan di seluruh UPT Stasiun, UPT Pelayanan Operasi Sarana Telakomunikasi dan UPT Pengendali Operasi Kereta Api pada wilayah Daerah Operasi II Bandung;
d. Melaksanakan pemantauan dan pengelolaan lokomotif/ KRD, kereta dan gerbong yang siap operasi, merumuskan pemanfaatan dan pembagian kereta dan gerbong, pengaturan dan evaluasi kinerja pelaksanaan program perjalanan kereta api, serta melaksanakan tata usaha telekomunikasi/ telegram maklumat (TEM);
e. Melaksanakan pemantauan dan pengendalian keamanan dan ketertiban operasi (di atas kereta api dan stasiun) dan lingkungan Daerah Operasi;
f. Melaksanakan pengendalian operasi kereta api secara terpusat dan terpadu di wilayah Daerah Operasi;
g. Melaksanakan pelayanan operasi sarana telekomunikasi dan pemberian informasi/ telegram;
h. Menjamin keamanan, ketertiban dan kelancaran kegiatan angkutan kereta api;
i. Melaksanakan pembinaan teknis terhadap Unit Pelaksana Teknis (UPT) yang berada di bawah Seksi Operasi di Wilayahnya.

Dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya *Manager* Operasi dibantu oleh beberapa *Inspector* dan Kepala Pusat Pengendalian Operasi KA setingkat *Junior Manager*, beberapa *Assistant Manager* dan Unit Pelaksana Teknis (UPT).

1. *Junior Manager* Pusat Pengendalian Operasi KA mempunyai tugas dan tanggung jawab melaksanakan pengendalian : operasi kereta api, operasi sarana dan prasarana secara terpusat dan terpadu di seluruh lintas wilayah Daerah Operasi, melaksanakan evaluasi terhadap perjalanan KA, yang terdiri dari :
    a. *Senior Supervisor* Perencanaan dan Evaluasi & Tata Usaha yang mempunyai tugas dan tanggung jawab melaksanakan penyiapan rencana pengendalian operasi kereta api, mengevaluasi dan melaporkan statistik operasi kereta api dan melaksanakan tata usaha dan pembinaan pegawai;
    b. *Senior Supervisor* Pengendalian Operasi Kereta Api yang mempunyai tugas dan tanggung jawab melaksanakan pengendalian operasi kereta api dengan melaksanakan pengaturan dan mengkoordinasikan tugas-tugas PPKA *atau berfungsi sebagai PPKT (Pengatur Perjalanan Kereta Api Terpusat)* melalui komunikasi radio atau saluran/ fisik/ alat komunikasi lainnya;
    c. *Senior Supervisor* Operator Radio yang mempunyai tugas dan tanggung jawab melaksanakan pemantauan realisasi operasi kereta

api dan melakukan koordinasi penanggulangan masalah dengan sektor-sektor terkait dengan menggunakan pesawat radio;

d. *Senior Supervisor* Pengendalian Sarana yang mempunyai tugas dan tanggung jawab melaksanakan pemantauan dan pengendalian peredaran lokomotif, KRD, dan kereta yang tidak sedang dalam perawatan di Depo Lokomotif dan Depo Kereta di Daerah Operasi;

e. *Centralized Traffic Control* (CTC) Tasikmalaya merupakan kepanjangan tangan dari Pusdalopka untuk wilayah timur yang mempunyai tugas dan tanggung jawab melaksanakan pengendalian operasi kereta secara terpusat dan terpadu di lintas timur Daerah Operasi II Bandung.

2. *Assistant Manager* di bawah *Manager* Operasi Daerah Operasi II Bandung, terdiri dari :

   a. *Assistant Manager* Perjalanan Kereta Api, yang mempunyai tugas dan tanggung jawab melaksanakan pengelolaan dan pemantauan kereta dan gerbong yang siap operasi, merumuskan pemanfaatan dan pembagian kereta dan gerbong, pengaturan dan evaluasi kinerja pelaksanaan program perjalanan kereta api, serta melaksanakan tata usaha telekomunikasi/ telehram maklumat (TEM);

   b. *Assistant Manager* Pelayanan, yang mempunyai tugas dan tanggung jawab merencanakan, mengendalikan dan mengevaluasi pelaksanaan pelayanan di stasiun dan di atas KA;

c. *Assistant Manager* Keamanan dan Ketertiban, yang mempunyai tugas dan tanggung jawab melaksanakan pemantauan dan pengendalian keamanan dan ketertiban operasi (di atas kereta api dan di stasiun) dan di lingkungan Daerah Operasi termasuk pengamanan asset perusahaan serta melaksanakan pembinaan terhadap POLSUSKA;

d. *Assistant Manager* Operasi Sarana yang mempunyai tugas dan tanggung jawab menyusun perencanaan dinasan Masinis/ Asisten Masinis, perencanaan dinasan Sarana, melaksanakan evaluasi dinasan Masinis/ Asisten Masinis dan Sarana serta pembinaan Masinis/ Asisten Masinis.

8. *Manager* Komersial

Manager Komersial mempunyai tugas dan tanggung jawab :

a. Merumuskan penjabaran strategi dan kebijakan yang berkaitan dengan tugas dan tanggung jawabnya yang telah ditetapkan Kantor Pusat, di Wilayah Daerah Operasi II Bandung;
b. Terselenggaranya proses peningkatan kualitas (*quality improvement*) secara berkelanjutan dan pengelolaan risiko di seksinya;
c. Melaksanakan pengusahaan jasa angkutan penumpang, angkutan barang dan pengusahaan asset;
d. Mengelola jasa angkutan penumpang dan barang : melakukan survei/ riset pemasaran pengembangan produk/ jasa termasuk pemaketan layanan, mengelola basis data pemasaran, membuat peramalan, program penjualan

dan evaluasinya, menjaga administrasi pentarifan, melakukan pemantauan pelayanan, melaksanakan strategi promosi dan komunikasi pemasaran, mengelola logistik penjualan angkutan penumpang, mengelola saluran distribusi, keagenan, pelanggan korporat dan paket perjalanan/ wisata;

e. Mengelola *customer care* dan *customer retention*, termasuk penyelesaian klaim asuransi, *service recovery* serta penanganan insiden yang menimpa pengguna jasa;
f. Mengusahakan asset stasiun dan sarana, mengelola pengusahaan asset *Right of Way (ROW)* dan asset di luar stasiun, melakukan rencana, evaluasi dan pengendalian pengusahaan asset dan kerjasama operasi; serta
g. Membuat perencanaan program dan melaksanakan perawatan *hardware* dan jaringan yang mendukung implementasi sistem informasi yang ada di wilayahnya, termasuk mendukung implementasi *software*-nya.

Dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya *Manager* Komersial dibantu oleh beberapa *Assistant Manager*, yaitu :

a. *Assistant Manager* Angkutan Penumpang, yang mempunyai tugas dan tanggung jawab melaksanakan penyusunan program dan evaluasi kinerja pemasaran angkutan penumpang, melakukan survei/ riset pemasaran pengembangan produk/ jasa termasuk pemaketan layanan, mengelola basis data pemasaran, membuat peramalan, program penjualan dan evaluasinya, menjaga administrasi pentarifan, melakukan pemantauan pelayanan, melaksanakan strategi promosi dan komunikasi pemasaran, mengelola logistik penjualan angkutan penumpang, mengelola saluran distribusi,

keagenan, pelanggan korporat dan paket perjalanan/ wisata, serta pelayanan angkutan dinas termasuk pelayanan KBD/ KAD/ SAD/ SAC/ Karsus;

b. *Assistant Manager* Angkutan Barang, yang mempunyai tugas dan tanggung jawab melaksanakan penyusunan program dan evaluasi kinerja pemasaran angkutan barang, melakukan survei/ riset pemasaran pengembangan produk/ jasa, mengelola basis data pemasaran, membuat peramalan, program penjualan dan evaluasinya, menjaga administrasi pentarifan, melakukan pemantauan pelayanan, melaksanakan strategi promosi dan komunikasi pemasaran, serta melaksanakan pelayanan angkutan barang dinas;

c. *Assistant Manager Customer Care*, yang mempunyai tugas dan tanggung jawab atas pengelolaan *customer care*, *customer retention*, *call center*, pelayanan informasi di stasiun, pengelolaan kotak saran, pelayanan keluhan pelanggan, pemantauan *website*, pengelolaan *database* pelanggan, penyelesaian klaim asuransi, *service recovery* serta penanganan insiden yang menimpa pengguna jasa;

d. *Assistant Manager Pengusahaan Aset*, yang mempunyai tugas dan tanggung jawab atas pengusahaan asset stasiun dan sarana, pengusahaan asset *Right of Way (ROW)* dan asset di luar stasiun, perencanaan, evaluasi dan pengendalian pengusahaan asset dan kerjasama operasi;

e. *Assistant Manager Sistem Informasi*, yang mempunyai tugas dan tanggung jawab atas perencanaan program dan pelaksanaan perawatan *hardware*

dan jaringan yang mendukung implementasi sistem informasi yang ada di wilayahnya, termasuk mendukung implementasi *software*-nya.

9. *Manager* Pelelangan

Manager Pelelangan mempunyai tugas dan tanggung jawab :

a. Merumuskan penjabaran strategi dan kebijakan yang berkaitan dengan tugas dan tanggung jawabnya yang telah ditetapkan Kantor Pusat, di Wilayah Daerah Operasi II Bandung;
b. Menyiapkan kelengkapan dokumen lelang;
c. Melaksanakan pelelangan dan penatausahaan administrasi pelelangan.

Dalam menjalankan tugas dan tanggung jawabnya *Manager* Pelelangan dibantu oleh seorang *Assistant Manager* Kesekretariatan dna beberapa Anggota setingkat *Supervisor*.

10. *Junior Manager* Hubungan Masyarakat Daerah (HUMASDA)

Junior Manager Hubungan Masyarakat Daerah mempunyai tugas dan tanggung jawab :

a. Merumuskan penjabaran strategi dan kebijakan yang berkaitan dengan tugas dan tanggung jawabnya yang telah ditetapkan Kantor Pusat, di Wilayah Daerah Operasi II Bandung;
b. Melaksanakan fungsi *Corporate Image Building*;
c. Mengelola informasi dan komunikasi di dalam perusahaan (internal) dan menjalin hubungan dengan media massa di luar perusahaan (eksternal);

d. Melaksanakan program *Corporate Social Responsibility (CSR)* di wilayahnya.

11. *Junior Manager* Hukum

Junior Manager Hukum mempunyai tugas dan tanggung jawab :

a. Merumuskan penjabaran strategi dan kebijakan yang berkaitan yang berkaitan dengan tugas dan tanggung jawabnya yang telah ditetapkan Kantor Pusat, di Wilayah Daerah Operasi II Bandung;
b. Memberikan pertimbangan dan pendampingan/ bantuan hukum di dalam dan di luar pengadilan serta menjadi sumber informasi hukum dan peraturan bagi pegawai/ pejabat di Wilayah Daerah Operasi II Bandung;
c. Menjalin hubungan dengan pihak-pihak eksternal terkait.

4.1.1.4 Aspek Perusahaan

Aktivitas perusahaan adalah misi pokok dalam menyelenggarakan angkutan secara massal, baik angkutan penumpang maupun angkutan barang dalam perekonomian negara. Dalam hal ini, bukan sebagai alat bantu untuk menghasilkan laba maupun sebagai alat pemerintahan. Selain fungsi tersebut, ada juga fungsi untuk menyediakan pengoperasian, pendayagunaan, pemeliharaan, perbaikan dan pengembangan sarana angkutan diatas rel dan usaha lainnya yang dapat menunjang tercapainya tujuan perusahaan.

Setelah PERUMKA berubah status menjadi PT. Kereta Api (Persero). Kegiatannya tidak hanya memberikan pelayanan jasa angkutan massal kepada

masyarakat *(social oriented)* tetapi juga sekaligus berorientasi pada laba *(Profit oriented).*

Adapun sifat usaha PT. Kereta Api (Persero) Bandung adalah sebagai berikut :

1. Menyediakan pelayanan bagi pemanfaatan umum sekaligus memupuk keuntungan berdasarkan prinsip pengelolaan perusahaan.
2. Mengusahakan pelayanan jasa angkutan kereta api dalam rangka memeperlancar arus perpindahan orang atau barang secara massal untuk menunjang pembangunan nasional.

Tujuan dari perusahaan yang meliputi berbagai kegiatan adalah sebagai berikut :

1. Menyediakan jasa angkutan yang dapat memberikan manfaat bagi kepentingan umum
2. Mendorong pertumbuhan ekonomi, stabilitas politik dan budaya.
3. meningkatkan pangsa pasar angkutan dalam kaitannya dengan sistem persaingan.

Pengelolaan keuangan yang merupakan salah satu aspek pengelolaan perusahaan yang sangat menentukan kelangsungan hidup PT. Kereta Api (Persero) Bandung mencakup beberapa hal sebagai berikut :

1. Pengelolaan perusahaan melalui kegiatan perencanaan pengendalian dan pengambilan keputusan.

2. Pertanggungjawaban pengelolaan perusahaan dan pengelolaan kekayaan negara yang dipisahkan dari APBN secara berkala yang ditunjukan kepada pemerintah selaku pemilik atau penyelenggara perkeretaapian.

4.1.1.5. Karakteristik Responden

4.1.1.5.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Penghimpunan data melalui kuesioner berdasarkan karakteristik responden dari segi jenis kelamin responden diperoleh hasil seperti pada Tabel berikut :

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Keterangan	Frekuensi	%
Pria	51	56.67%
Wanita	39	43.33%
Total	90	100%

Tabel di atas menggambarkan mengenai frekuensi jenis kelamin responden. Berdasarkan hasil tabel di atas dapat diketahui bahwa dari 86 responden yang diteliti, sebanyak 39 responden (43.33%) berjenis kelamin wanita, sedangkan 51 responden (56.67%) berjenis kelamin pria.

4.1.1.5.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Hasil penghitungan data mengenai responden berdasarkan usia, diperoleh hasil seperti terlihat pada Tabel berikut :

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Jawaban Responden	f	%
1	< 25 Tahun	15	16.67
2	26 - 35 Tahun	22	24.44
3	36 - 45 Tahun	31	34.44
4	> 45 Tahun	22	24.44
Jumlah		**90**	**100**

Tabel di atas menggambarkan mengenai frekuensi usia responden. Berdasarkan hasil tabel di atas dapat diketahui bahwa dari 90 responden yang diteliti, sebanyak 31 responden (34.44%) berusia 36-45 tahun, 22 responden (24.44%) berusia antara 26 - 35 Tahun, 22 responden (24.44%) berusia antara > 45 tahun,sedangkan 15 responden (16.67%) berusia < 25 tahun.

4.1.1.5.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Hasil penghitungan data mengenai responden berdasarkan pekerjaan, diperoleh hasil seperti terlihat pada Tabel berikut.

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Jawaban Responden	f	%
1	Wiraswasta	27	30
2	PNS	41	45.55
3	Pelajar/Mahasiswa	10	11.11
4	Lainnya	12	13.33
Jumlah		**90**	**100**

Tabel di atas menggambarkan mengenai frekuensi pekerjaan responden. Berdasarkan hasil tabel di atas dapat diketahui bahwa dari 90 responden yang diteliti, sebanyak 41 responden (45.55%) PNS, 27 responden (30.00%)

wiraswasta, 10 responden (11.11%) pelajar/mahasiswa, sedangkan 12 responden (13.33%) lainnya.

4.1.1.5.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan

Hasil penghitungan data mengenai responden berdasarkan usia penghasilan perbulan, diperoleh hasil seperti terlihat pada Tabel berikut.

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan
Penghasilan per bulan

No	Jawaban Responden	f	%
1	< Rp 300.000	11	12.22
2	Rp 310.000 - Rp 1.000.000	21	23.33
3	Rp 1.100.000 - Rp 2.000.000	18	20
4	Rp 2.100.000 - Rp 4.000.000	24	26.66
5	> Rp 4.100.000	16	17.77
Jumlah		**90**	**100**

Tabel di atas menggambarkan mengenai frekuensi penghasilan responden. Berdasarkan hasil tabel di atas dapat diketahui bahwa dari 90 responden yang diteliti, sebanyak 24 responden (26.66%) Rp 2.100.000 - Rp 4.000.000, 21 responden (23.33%) Rp 310.000 - Rp 1.000.000, 18 responden (20%) Rp 1.100.000 - Rp 2.000.000, 16 responden (17.77%) < Rp 4.100.000 sedangkan 11 responden lainnya (12.22%) > Rp 300.000. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah yang berpenghasilan per bulannya Rp 2.100.000 - Rp 4.000.000.

4.2 Hasil Pembahasan

4.2.1 Pengaruh Citra Perusahaan Pada PT. Kereta Api (Persero) Bandung Jawa Barat

Tanggapan responden terhadap instrumen citra perusahaan *(Corporate Image)* pada PT. Kereta Api (Persero) Bandung Jawa Barat, maka dapat dilihat melalui jawaban responden terhadap pertanyaan-pertanyaan kuesioner.

Dalam penelitian ini variabel citra perusahaaan digali melalui 4 indikator, yaitu *Reputation* (Reputasi), *Recognition* (Pengenalan), *Affinity* (Ketertarikan) dan *Brand Loyalty* (Kesetiaan). Oleh karena itu pembobotan atau pemberian skor untuk jawaban sangat setuju, setuju, cukup, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Skor tersebut menunjukkan tingkat citra perusahaan PT. Kereta Api (Persero) Bandung di mata konsumennya.

Hasil pengolahan data untuk variabel Citra Perusahaan PT. Kereta Api (Persero) Bandung ditunjukkan pada tabel 4.1 dibawah ini :

Tabel 4.5
Hasil Pengolahan Data Untuk Variabel Citra Perusahaan

Indikator	Skor Aktual	Skor Ideal	Presentase	Kriteria
Reputation (Reputasi)	843	1350	62.44%	Cukup
Recognition (Pengenalan)	868	1350	64.30%	Cukup
Affinity (Ketertarikan)	841	1350	56.07%	Cukup
*Brand Loyalty (*Kesetiaan*)*	890	1350	65.93%	Cukup
Jumlah	**3342**	**5400**	**63.74%**	**Cukup**

Sumber : Data Primer yang telah diolah

Berdasarkan hasil *scoring* pada tabel diatas menunjukkan bahwa persentase citra perusahaan PT. Kereta Api (Persero) Bandung adalah sebesar 63.74%, dimana angka tersebut berada pada rentang kriteria Cukup. Untuk lebih jelasnya, dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.6
Kriteria Persentase Skor Tanggapan Responden

No	% Jumlah Skor	Kriteria
1	20.00 – 36.00	Tidak Baik
2	36.01 – 52.00	Kurang Baik
3	52.01 – 68.00	Cukup
4	68.01 – 84.00	Baik
5	84.01 – 100	Sangat Baik

Sumber : Umi Narimawati (2007:84)

Berikut ini adalah tabel distribusi frekuensi mengenai tanggapan responden yang berhubungan dengan variabel citra perusahaan pada PT. Kereta Api (Persero) Bandung, yang terdiri dari indikator *reputation* (reputasi), *recognition* (pengenalan), *affinity* (ketertarikan) dan *brand loyalty* (kesetiaan).

4.2.1.1. Reputation (Reputasi)

Tabel 4.7
Tanggapan Responden Tentang PT. KAI Merupakan Perusahaan Transportasi Yang Memiliki Kinerja Terbaik

No	Jawaban Responden	f	%
1	Sangat Setuju	10	11.1
2	Setuju	27	30.0
3	Cukup	20	22.2
4	Tidak Setuju	30	33.3
5	Sangat Tidak Setuju	3	3.3
Jumlah		**90**	**100**

Sumber : Hasil pengolahan data 2010

Tabel di atas menggambarkan jawaban responden dari pertanyaan mengenai tanggapan bahwa PT. KAI adalah perusahaan transportasi yang memiliki kinerja terbaik. Berdasarkan tabel di atas, dari 90 responden yang diteliti sebanyak 30 responden (33.3%) menyatakan tidak setuju, 27 responden (30.0%) menyatakan setuju, 20 responden (22.2%) menyatakan cukup , 10 responden (11.1%) menyatakan sangat setuju, sedangkan 3 responden (3.3%) lainnya

menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini mengidentifikasikan bahwa kinerja perusahaan bukanlah yang terbaik di perusahaan lain yang sejenis. Hal ini disebabkan karena responden mempunyai pendapat tidak baik mengenai kinerja perusahaan, banyaknya masalah mengenai pelayanan yang disediakan menimbulkan persepsi yang kurang baik di mata konsumen.

Tabel 4.8
Tanggapan Responden Tentang PT. KAI Memiliki Reputasi Yang Baik Di Mata Konsumen

No	Jawaban Responden	f	%
1	Sangat Setuju	14	15.5
2	Setuju	20	22.2
3	Cukup	21	23.3
4	Tidak Setuju	28	31.1
5	Sangat Tidak Setuju	7	7.8
Jumlah		**90**	**100**

Sumber : Hasil pengolahan data 2010

Tabel di atas menggambarkan jawaban responden dari pertanyaan mengenai reputasi PT. KAI. Berdasarkan tabel di atas, dari 90 responden yang diteliti sebanyak 28 responden (31.1%) menyatakan tidak setuju, 21 responden (23.3%) menyatakan cukup, 20 responden (22.2%) menyatakan setuju, 14 responden (15.5%) menyatakan sangat setuju, sedangkan 7 responden (7.8%) lainnya menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini mengindentifikasikan bahwa sebagian besar responden yang diteliti berpendapat tidak baik mengenai pertanyaan reputasi PT. KAI, mayoritas responden menyatakan bahwa reputasi PT. KAI tidak baik, hal ini sesuai dengan fenomena yang terjadi, dalam segi pelayanan dan fasilitas, perusahaan tampil buruk di mata konsumen.

Tabel 4.9
Tanggapan Responden Tentang Fasilitas Serta Layanan Yang Diberikan PT. KAI Memberikan Kepuasan

No	Jawaban Responden	f	%
1	Sangat Setuju	14	15.6
2	Setuju	25	27.8
3	Cukup	35	38.9
4	Tidak Setuju	14	15.6
5	Sangat Tidak Setuju	2	2.2
Jumlah		**90**	**100**

Sumber : Hasil pengolahan data 2010

Tabel di atas menggambarkan jawaban responden dari pertanyaan mengenai fasilitas serta layanan yang diberikan PT. KAI. Berdasarkan tabel di atas, dari 90 responden yang diteliti sebanyak 35 responden (38.9%) menyatakan cukup, 25 responden (27.8%) menyatakan setuju, 14 responden (15.6%) menyatakan sangat setuju, 14 responden (15.6%) menyatakan tidak setuju, sedangkan 2 responden (2.2%) lainnya menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini mengindentifikasikan bahwa sebagian besar responden yang diteliti berpendapat cukup baik mengenai pertanyaan fasilitas serta layanan PT. KAI, dikarenakan fasilitas serta layanan PT. KAI menimbulkan rasa cukup puas bagi para konsumen yang menggunakan jasa Kereta Api.

4.2.1.2 *Recognition* (Pengenalan)

Tabel 4.10
Tanggapan Responden Tentang Jasa Dan Pelayanan PT. KAI Dikenal Oleh Masyarakat

No	Jawaban Responden	f	%
1	Sangat Setuju	2	2.2
2	Setuju	21	23.3
3	Cukup	41	45.6
4	Tidak Setuju	24	26.7
5	Sangat Tidak Setuju	2	2.2
Jumlah		**90**	**100**

Sumber : Hasil pengolahan data 2010

Tabel di atas menggambarkan jawaban responden dari pertanyaan mengenai *Recognition* (Pengenalan) yang merupakan salah satu komponen penilaian citra perusahaan *(Corporate Image)* PT KAI. Berdasarkan tabel di atas, dari 90 responden yang diteliti sebanyak 41 responden (45.6%) menyatakan cukup, 24 responden (26.7%) menyatakan tidak setuju, 21 responden (23.3%) menyatakan setuju, 2 responden (2.2%) menyatakan sangat setuju, sedangkan 2 responden lain (2.2%) lainnya menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini mengindentifikasikan bahwa sebagian besar responden yang diteliti berpendapat sangat baik mengenai dikenalnya jasa dan layanan PT. KAI, dikarenakan PT. KAI adalah satu – satunya perusahaan yang melayani jasa Kereta Api .

Tabel 4.11
Tanggapan Responden Tentang Terpikirkan Untuk Menggunakan Jasa Kereta Api Ketika Akan Melakukan Perjalanan Antar Kota

No	Jawaban Responden	f	%
1	Sangat Setuju	4	4.4
2	Setuju	30	33.3
3	Cukup	29	32.2
4	Tidak Setuju	24	26.7
5	Sangat Tidak Setuju	3	3.3
Jumlah		**90**	**100**

Sumber : Hasil pengolahan data 2010

Tabel di atas menggambarkan jawaban responden dari pertanyaan mengenai terpikirnya untuk menggunakan jasa kereta api ketika akan melakukan perjalanan antar kota. Berdasarkan tabel di atas, dari 90 responden yang diteliti sebanyak 30 responden (33.3%) menyatakan setuju, 29 responden (32.2%) menyatakan cukup, 24 responden menyatakan tidak setuju (26.7%), 4 responden (4.4%) menyatakan tidak setuju, sedangkan 3 responden (3.3%) lainnya menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini mengindentifikasikan bahwa sebagian besar responden yang diteliti berpendapat baik mengenai penggunaan jasa kereta api ketika akan melakukan perjalanan antar kota, karena sebagian orang masih membutuhkan kereta api untuk memenuhi kebutuhan transportasi mereka dengan berbagai pertimbangan.

Tabel 4.12
Tanggapan Responden Tentang Persepsi Bahwa PT. KAI Memberikan Jasa Terbaik Dari Perusahaan Lain Yang Sejenis

No	Jawaban Responden	f	%
1	Sangat Setuju	5	5.6
2	Setuju	14	15.6
3	Cukup	34	37.8
4	Tidak Setuju	35	38.9
5	Sangat Tidak Setuju	2	2.2
Jumlah		**90**	**100**

Sumber : Hasil pengolahan data 2010

Tabel di atas menggambarkan jawaban responden dari pertanyaan mengenai persepsi bahwa PT. KAI memberikan jasa terbaik dari perusahaan lain yang sejenis. Berdasarkan tabel di atas, dari 90 responden yang diteliti sebanyak 35 responden (38.9%) menyatakan tidak setuju, 34 responden (37.8%) menyatakan cukup, 14 responden (37.8%) menyatakan setuju, 5 responden (5.6%) menyatakan sangat setuju, sedangkan 2 responden (2.2%) lainnya menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini mengindentifikasikan bahwa sebagian besar responden yang diteliti berpendapat tidak baik mengenai jasa yang diberikan oleh PT. KAI Bandung, dikarenakan memang layanan PT. KAI kalah dengan layanan yang diberikan oleh perusahaan sejenis yang bermunculan belakangan ini.

4.2.1.3 *Affinity* (Ketertarikan)

Tabel 4.13
Tanggapan Responden Mengenai Ketertarikan Untuk Menggunakan Jasa Pelayanan Yang Diberikan PT. KAI

No	Jawaban Responden	f	%
1	Sangat Setuju	4	4.4
2	Setuju	30	33.3
3	Cukup	28	31.1
4	Tidak Setuju	24	26.7
5	Sangat Tidak Setuju	4	4.4
Jumlah		**90**	**100**

Sumber : Hasil pengolahan data 2010

Tabel di atas menggambarkan jawaban responden dari pertanyaan mengenai ketertarikan untuk menggunakan jasa pelayanan yang diberikan PT. KAI. Berdasarkan tabel di atas, dari 90 responden yang diteliti sebanyak 30 responden (33.3%) menyatakan setuju, 28 responden (31.1%) menyatakan cukup, 24 responden (26.7%) menyatakan tidak setuju, 4 responden (4.4%) menyatakan sangat setuju, sedangkan 4 responden (4.4%) lainnya menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini mengindentifikasikan bahwa sebagian besar responden yang diteliti berpendapat baik mengenai pertanyaan ketertarikan untuk menggunakan jasa pelayanan yang diberikan PT. KAI.

Tabel 4.14
Tanggapan Responden Terhadap Keinginan Menggunakan Jasa Kereta Api

No	Jawaban Responden	f	%
1	Sangat Setuju	8	8.9
2	Setuju	19	21.1
3	Cukup	36	40.0
4	Tidak Setuju	26	28.9
5	Sangat Tidak Setuju	1	1.1
Jumlah		**90**	**100**

Sumber : Hasil pengolahan data 2010

Tabel di atas menggambarkan jawaban responden dari pertanyaan mengenai keinginan menggunakan jasa kereta api. Berdasarkan tabel di atas, dari 90 responden yang diteliti sebanyak 36 responden (40.0%) menyatakan cukup, 26 responden (28.9%) menyatakan tidak setuju, 19 responden (21.1%) menyatakan setuju, 8 responden (8.9%) menyatakan sangat setuju, sedangkan 1 responden lainnya (1.1%) menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini mengindentifikasikan bahwa sebagian besar responden yang diteliti berpendapat cukup baik mengenai keinginan menggunakan jasa kereta api. Hal ini dikarenakan karena sebagian masyarakat masih memerlukan jasa transportasi kereta api, karena berbagai macam alasan.

Tabel 4.15
Tanggapan Responden Terhadap Jasa Layanan PT. KAI Terus Melekat Dalam Ingatan Anda

No	Jawaban Responden	f	%
1	Sangat Setuju	4	4.4
2	Setuju	30	33.3
3	Cukup	39	43.3
4	Tidak Setuju	15	16.7
5	Sangat Tidak Setuju	2	2.2
Jumlah		**90**	**100**

Sumber : Hasil pengolahan data 2010

Tabel di atas menggambarkan jawaban responden dari pertanyaan mengenai ingatan tentang jasa dan layanan PT. KAI jasa. Berdasarkan tabel di atas, dari 90 responden yang diteliti sebanyak 39 responden (43.3%) menyatakan cukup, 30 responden (33.3%) menyatakan setuju, 15 responden (16.7%) menyatakan tidak setuju, 4 responden (4.4%) menyatakan sangat setuju, sedangkan 2 responden (2.2%) lainnya menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini mengindentifikasikan bahwa sebagian besar responden yang diteliti berpendapat cukup baik mengenai ingatan tentang jasa dan layanan PT. KAI. Hal ini dikarenakan layanan dan jasa yang diberikan terus teringat dalam pikiran konsumen, dalam hal pelayanan baik atau buruk.

4.2.1.4 *Brand Loyalty* (Kesetiaan)

Tabel 4.16
Tanggapan Responden Mengenai Kesetiaan Memilih Jasa PT. KAI Walaupun Banyak Perusahaan Lain Yang Memberikan Jasa Yang Sama

No	Jawaban Responden	f	%
1	Sangat Setuju	10	11.1
2	Setuju	37	41.1
3	Cukup	21	23.3
4	Tidak Setuju	22	24.4
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah		**90**	**100**

Sumber : Hasil pengolahan data 2010

Tabel di atas menggambarkan jawaban responden dari pertanyaan mengenai kesetiaan memilih jasa PT. KAI. Berdasarkan tabel di atas, dari 90 responden yang diteliti sebanyak 37 responden (41.1%) menyatakan setuju, 22 responden (24.4%) menyatakan tidak setuju, 21 responden menyatakan cukup (23.3%), dan 10 responden (11.1%) menyatakan sangat setuju,. Hal ini mengindentifikasikan bahwa sebagian besar responden yang diteliti berpendapat baik mengenai tingkat kesetiaan dalam memilih jasa layanan PT. KAI. Hal ini dikarenakan bahwa kesetiaan konsumen terhadap PT. Kereta Api cukup tinggi mungkin hal ini disebabkan oleh kepuasan yang diperoleh konsumen ketika menggunakan kereta api.

Tabel 4.17
Saya Akan Menggunakan Kembali Jasa PT. KAI

No	Jawaban Responden	f	%
1	Sangat Setuju	4	4.4
2	Setuju	28	31.1
3	Cukup	27	30.0
4	Tidak Setuju	23	25.6
5	Sangat Tidak Setuju	8	8.9
Jumlah		**90**	**100**

Sumber : Hasil pengolahan data 2010

Tabel di atas menggambarkan jawaban responden dari pertanyaan mengenai penggunaan kembali jasa PT. KAI. Berdasarkan tabel di atas, dari 90 responden yang diteliti sebanyak 28 responden (31.1%) menyatakan setuju, 27 responden (30.0%) menyatakan cukup, 23 responden (25.6%) menyatakan tidak setuju, 8 responden (8.9%) menyatakan sangat tidak setuju, sedangkan 4 responden (4.4%) lainnya menyatakan sangat setuju. Hal ini mengindentifikasikan bahwa sebagian besar responden yang diteliti berpendapat cukup baik mengenai pendapat penggunaan kembali jasa layanan PT. KAI. Hal ini mengindikasikan bahwa jasa Kereta Api masih sangat diminati oleh sebagian besar konsumen.

Tabel 4.18
Citra PT. KAI Yang Ternilai Dan Terbentuk Di Mata Konsumen Saat Ini Adalah Karena Fasilitas Dan Layanan Yang Diberikan

No	Jawaban Responden	f	%
1	Sangat Setuju	25	26.7
2	Setuju	21	24.4
3	Cukup	24	26.7
4	Tidak Setuju	14	15.6
5	Sangat Tidak Setuju	6	6.7
Jumlah		**90**	**100**

Sumber : Hasil pengolahan data 2010

Tabel di atas menggambarkan jawaban responden dari pertanyaan mengenai citra perusahaan yang terbentuk karena fasilitas dan layanannya. Berdasarkan tabel di atas, dari 90 responden yang diteliti sebanyak 25 responden (26.7%) menyatakan sangat setuju, 24 responden (26.7%) menyatakan cukup, 21 responden (24.4%) menyatakan setuju, 14 responden (15.6%) menyatakan tidak setuju, sedangkan 6 responden (6.7%) lainnya menyatakan sangat tidak setuju.. Hal ini mengindentifikasikan bahwa sebagian besar dari responden yang diteliti berpendapat sangat baik mengenai citra perusahaan yang terbentuk karena fasilitas dan layanannya. Hal ini dikarenakan bahwa fasilitas serta kenyamanan merupakan salah satu hal pokok dalam membentuk citra perusahaan di mata konsumennya.

4.2.2 Keputusan Pembelian Konsumen

Dalam penelitian ini variabel pelaksanaan keputusan pembelian konsumen digali melalui 5 indikator, yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, serta perilaku pasca pembelian. Oleh karena itu pembobotan atau pemberian skor untuk jawaban sangat setuju, setuju, cukup, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Skor tersebut menunjukkan tingkat keputusan pembelian konsumen pada PT. Kereta Api (Persero) Bandung.

Adapun hasil pengolahan data untuk variabel keputusan pembelian konsumen ditunjukkan pada tabel 4.19 dibawah ini :

Tabel 4.19
Hasil Pengolahan Data Untuk Variabel
Keputusan Pembelian Konsumen

Indikator	Skor Aktual	Skor Ideal	Presentase	Kriteria
Pengenalan Masalah	566	900	62.89%	Cukup
Pencarian Informasi	568	900	63.11%	Cukup
Evaluasi Alternatif	554	900	61.56%	Cukup
Keputusan Pembelian	595	900	66.11%	Cukup
Perilaku Paska Pembelian	515	900	57.22%	Cukup
Jumlah	2798	4500	65.18%	Cukup

Berdasarkan hasil *scoring* pada tabel diatas menunjukkan bahwa keputusan pembelian konsumen pada PT.Kereta Api (Persero) Bandung adalah sebesar 65.18%, dimana angka tersebut berada pada rentang kriteria cukup. Untuk lebih jelasnya, dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.20
Kriteria Persentase Skor Tanggapan Responden

No	% Jumlah Skor	Kriteria
1	20.00 – 36.00	Tidak Baik
2	36.01 – 52.00	Kurang Baik
3	**52.01 – 68.00**	**Cukup**
4	68.01 – 84.00	Baik
5	84.01 - 100	Sangat Baik

Sumber : Umi Narimawati (2007:84)

Di bawah ini ditampilkan hasil pengolahan kuesioner tentang keputusan pembelian konsumen.

4.2.2.1. Pengenalan Masalah

Tabel 4.21
Anda Terdorong Ingin Menggunakan Jasa Yang Ditawarkan PT. KAI

No	Jawaban Responden	f	%
1	Sangat Setuju	9	10.00
2	Setuju	36	40.0
3	Cukup	33	36.7
4	Tidak Setuju	12	13.3
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah		**90**	**100**

Sumber : Hasil pengolahan data 2010

Tabel di atas menggambarkan jawaban responden dari pertanyaan mengenai anda terdorong ingin menggunakan jasa yang ditawarkan PT. KAI. Berdasarkan tabel di atas, dari 90 responden yang diteliti sebanyak 36 responden (40.00%) menyatakan setuju, 33 responden (36.7%) menyatakan cukup, 12 responden (13.3%) menyatakan tidak setuju, 9 responden (1.2%) menyatakan sangat setuju . Hal ini mengindentifikasikan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju mengenai keinginan menggunakan jasa yang ditawarkan PT. KAI.

Tabel 4.22
Anda Membutuhkan Layanan Jasa Yang Sesuai Dengan Harapan Anda

No	Jawaban Responden	f	%
1	Sangat Setuju	3	3.3
2	Setuju	31	34.4
3	Cukup	30	33.3
4	Tidak Setuju	22	24.4
5	Sangat Tidak Setuju	4	4.4
Jumlah		**86**	**100**

Sumber : Hasil pengolahan data 2010

Tabel di atas menggambarkan jawaban responden dari pertanyaan mengenai kebutuhan akan layanan jasa yang sesuai dengan harapan. Berdasarkan tabel di atas, dari 90 responden yang diteliti sebanyak 31 responden (34.4%) menyatakan setuju, 30 responden (33.3%) menyatakan cukup, 22 responden (24.4%) menyatakan tidak setuju, 4 responden (4.4%) menyatakan sangat tidak setuju, sedangkan 3 responden (3.3%) lainnya menyatakan sangat setuju. Hal ini mengindentifikasikan bahwa sebagian besar dari responden menyatakan cukup setuju mengenai kebutuhan akan layanan jasa yang sesuai dengan harapan.

4.2.2.2. Pencarian Informasi

Tabel 4.23
Untuk Memenuhi Kebutuhan, Anda Terdorong Untuk Mencari Informasi Lebih Lanjut Tentang PT. KAI

No	Jawaban Responden	f	%
1	Sangat Setuju	3	3.3
2	Setuju	21	23.3
3	Cukup	37	41.1
4	Tidak Setuju	25	27.8
5	Sangat Tidak Setuju	4	4.4
Jumlah		**90**	**100**

Sumber : Hasil pengolahan data 2010

Tabel di atas menggambarkan jawaban responden dari pertanyaan mengenai kebutuhan mencari informasi lebih lanjut mengenai PT. KAI. Berdasarkan tabel di atas, dari 90 responden yang diteliti sebanyak 37 responden (41.1%) menyatakan cukup, 25 responden (27.8%) menyatakan tidak setuju, 21 responden (23.3%) menyatakan setuju, 4 responden (4.4%) menyatakan sangat tidak setuju, sedangkan 3 responden (3.3%) lainnya menyatakan sangat setuju. Hal ini mengindentifikasikan bahwa sebagian besar dari responden menyatakan cukup baik mengenai kebutuhan mencari informasi lebih lanjut mengenai PT.

KAI. Mereka mencari informasi tambahan tentang PT. KAI apabila mereka membutuhkan jasa transportasi jarak jauh.

Tabel 4.24
Menurut Anda, Ada Kemudahan Dalam Mencari Informasi Tambahan Mengenai Produk PT. KAI

No	Jawaban Responden	f	%
1	Sangat Setuju	12	13.3
2	Setuju	33	36.7
3	Cukup	31	34.4
4	Tidak Setuju	10	11.1
5	Sangat Tidak Setuju	4	4.4
Jumlah		**90**	**100**

Sumber : Hasil pengolahan data 2010

Tabel di atas menggambarkan jawaban responden dari pertanyaan mengenai kemudahan dalam mencari informasi tambahan mengenai produk PT. KAI. Berdasarkan tabel di atas, dari 90 responden yang diteliti sebanyak 33 responden (36.7%) menyatakan sangat setuju, 31 responden (34.4%) menyatakan cukup, 12 responden (13.3%) menyatakan sangat setuju, 4 responden (4.4%) menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini mengindentifikasikan bahwa sebagian besar dari responden menyatakan setuju mengenai kemudahan dalam mencari informasi tambahan mengenai produk PT. KAI, karena informasi mengenai produk PT. KAI mudah didapat di mana saja.

4.2.2.3. Evaluasi Alternatif

Tabel 4.25
Menurut Anda, PT. KAI Merupakan Alternatif Utama Dalam Memenuhi Kebutuhan Transportasi Anda

No	Jawaban Responden	f	%
1	Sangat Setuju	7	7.8
2	Setuju	26	28.9
3	Cukup	35	38.9
4	Tidak Setuju	22	24.4
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah		**90**	**100**

Sumber : Hasil pengolahan data 2010

Tabel di atas menggambarkan jawaban responden dari pertanyaan mengenai PT. KAI merupakan alternatif utama dalam memenuhi kebutuhan transportasi**.** Berdasarkan tabel di atas, dari 90 responden yang diteliti sebanyak 35 responden (38.9%) menyatakan cukup, 26 responden (28.9%) menyatakan setuju, 22 responden (24.4%) menyatakan tidak setuju, 7 responden (7.8%) menyatakan sangat setuju. Hal ini mengindentifikasikan bahwa sebagian besar dari responden menyatakan cukup baik mengenai PT. KAI merupakan alternatif utama dalam memenuhi kebutuhan transportasi. Hal ini dikarenakan bahwa meskipun banyak perusahaan jasa sejenis, tapi sebagian masyarakat masih membutuhkan jasa Kereta Api untuk memenuhi kebutuhan mereka.

Tabel 4.26
Menurut Anda, PT.KAI Merupakan Pilihan Yang Tepat Dalam Memenuhi Kebutuhan Transportasi Anda

No	Jawaban Responden	f	%
1	Sangat Setuju	6	6.7
2	Setuju	20	22.2
3	Cukup	29	32.2
4	Tidak Setuju	31	34.4
5	Sangat Tidak Setuju	4	4.4
Jumlah		**90**	**100**

Sumber : Hasil pengolahan data 2010

Tabel di atas menggambarkan jawaban responden dari pertanyaan mengenai PT. KAI merupakan pilihan yang tepat dalam memenuhi kebutuhan transportasi. Berdasarkan tabel di atas, dari 90 responden yang diteliti sebanyak 31 responden (34.4%) menyatakan tidak setuju, 29 responden (32.2%) menyatakan cukup, 20 responden (22.2%) menyatakan setuju, 6 responden (6.7%) menyatakan sangat setuju , sedangkan 4 responden (4.4%) lainnya menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini mengindentifikasikan bahwa sebagian besar dari responden yang diteliti berpendapat tidak setuju mengenai PT. KAI merupakan pilihan yang tepat dalam memenuhi kebutuhan transportasi. Hal ini dikarenakan tersedianya alternatif lain yang dapat dipergunakan oleh konsumen untuk memenuhi kebutuhan transportasinya.

4.2.2.4. Keputusan Pembelian

Tabel 4.27
Anda Yakin Dengan Keputusan Pembelian Jasa Di PT. KAI

No	Jawaban Responden	f	%
1	Sangat Setuju	13	14.4
2	Setuju	31	34.4
3	Cukup	28	31.1
4	Tidak Setuju	18	20.0
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah		**90**	**100**

Sumber : Hasil pengolahan data 2010

Tabel di atas menggambarkan jawaban responden dari pertanyaan anda yakin dengan keputusan pembelian jasa di PT. KAI**.** Berdasarkan tabel di atas, dari 90 responden yang diteliti sebanyak 31 responden (34.4%) menyatakan setuju, 28 responden (31.1%) menyatakan cukup, 18 responden menyatakan tidak setuju (20.0%), 13 responden menyatakan sangat setuju (14.4%). Hal ini mengindentifikasikan bahwa sebagian besar dari responden yang diteliti berpendapat cukup baik mengenai keyakinan dalam memutuskan pembelian di PT. KAI.

Tabel 4.28
Seberapa Sering Anda Menggunakan Kereta Api Dalam 1 Bulan

No	Jawaban Responden	f	%
1	Sangat Sering	8	8.9
2	Sering	34	37.8
3	Cukup Sering	30	33.3
4	Jarang	18	20.0
5	Tidak Pernah	0	0
Jumlah		**90**	**100**

Sumber : Hasil pengolahan data 2010

Tabel di atas menggambarkan jawaban responden dari pertanyaan mengenai seberapa sering menggunakan kereta api dalam 1 bulan**.**. Berdasarkan

tabel di atas, dari 90 responden yang diteliti sebanyak 34 responden (37.8%) menyatakan sering, 30 responden (33.3%) menyatakan cukup sering, 18 responden (20.0%) menyatakan jarang, 8 responden (8.9%) menyatakan sangat sering. Hal ini mengindentifikasikan bahwa sebagian besar dari responden menyatakan sering menggunakan kereta api dalam 1 bulan.

4.2.2.5. Perilaku Pasca Pembelian

Tabel 4.29
Anda Merasa Puas Setelah Menggunakan Kereta Api

No	Jawaban Responden	f	%
1	Sangat Setuju	1	1.1
2	Setuju	36	40.0
3	Cukup	29	32.2
4	Tidak Setuju	20	22.2
5	Sangat Tidak Setuju	4	4.4
Jumlah		**90**	**100**

Sumber : Hasil pengolahan data 2010

Tabel di atas menggambarkan jawaban responden dari pertanyaan mengenai anda merasa puas setelah menggunakan kereta api**.** Berdasarkan tabel di atas, dari 90 responden yang diteliti sebanyak 36 responden (40.0%) menyatakan setuju, 29 responden (32.2%) menyatakan cukup, 20 responden (22.2%) menyatakan tidak setuju, 4 responden menyatakan sangat tidak setuju (4.4%), sedangkan 1 responden lainnya (1.1%) menyatakan sangat setuju. Hal ini mengindentifikasikan bahwa sebagian besar dari responden menyatakan cukup puas setelah menggunakan Kereta Api, karena layanan yang diberikan atau karena kebutuhan mereka terpenuhi.

Tabel 4.30
Setelah Anda Melakukan Pembelian Jasa Yang Ada Di PT. KAI, Anda Akan Merekomendasikannya Pada Orang Lain

No	Jawaban Responden	f	%
1	Sangat Setuju	33	36.7
2	Setuju	24	26.7
3	Cukup	9	10.0
4	Tidak Setuju	20	22.2
5	Sangat Tidak Setuju	4	4.4
Jumlah		**90**	**100**

Sumber : Hasil pengolahan data 2010

Tabel di atas menggambarkan jawaban responden dari pertanyaan mengenai setelah anda melakukan pembelian produk jasa yang ada di PT. KAI, anda akan merekomendasikannya pada orang lain**.** Berdasarkan tabel di atas, dari 90 responden yang diteliti sebanyak 33 responden (36.7%) menyatakan sangat setuju, 24 responden (26.7%) menyatakan setuju, 20 responden (22.2%) menyatakan tidak setuju, 9 responden (10.0%) menyatakan cukup, sedangkan 4 responden lainnya menyatakan sangat tidak setuju (4.4%). Hal ini mengindentifikasikan bahwa sebagian besar dari responden yang diteliti berpendapat setuju, setelah melakukan pembelian produk jasa di PT.KAI, mereka mempunyai keinginan untuk merekomendasikan kepada orang lain, dikarenakan konsumen merasa cukup puas atas apa yang telah mereka dapat.

4.2.3. Pengaruh Citra Perusahaan *(Corporate Image)* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Bandung. (Suatu Survey Pada Konsumen Pengguna Kereta Api Argo Gede Bandung – Jakarta).

Dalam menganalisa sejauh mana pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Bandung, maka penulis melakukan pengujian kualitas data (validitas dan reliabilitas) yang dilanjutkan dengan mentransformasi data ordinal menjadi interval melalui MSI *(Method of Succesive Intervals),* regresi linier sederhana, korelasi Pearson *Product Moment*, koefisien determinasi (Kd) dan uji signifikan *t*.

Adapun cara dalam memperoleh data yang dibutuhkan, penulis menyebarkan kuesioner kepada 90 responden yang diambil dari populasi yang ada pada konsumen pengguna Kereta Api Argo Gede Bandung – Jakarta pada PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Bandung. Setelah itu data yang diperoleh dikumpulkan, dicatat, dan diolah untuk proses yang lebih lanjut. Proses analisis data untuk uji validitas, reliabilitas, korelasi menggunakan program *SPSS 13.0 for windows.*

Setelah melakukan uji validitas dan uji reliabilitas data maka selanjutnya akan mengukur seberapa besar pengaruh citra perusahaan terhadap keputusan pembelian konsumen pada PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Bandung, dengan menggunakan analisis korelasi Pearson Product Moment dengan cara mengkorelasi skor total dari variabel X (pengaruh citra perusahaan dengan skor total dari variabel Y (Keputusan Pembelian Konsumen) dari 90 responden. Hipotesis yang akan diuji yaitu :

H_0 : $\rho = 0$; Ho diterima, artinya tidak terdapat pengaruh antara citra perusahaan terhadap keputusan pembelian konsumen pada PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Bandung,

$H_1 : \rho \neq 0$; H_1 diterima, artinya terdapat pengaruh antara citra perusahaan terhadap keputusan pembelian konsumen pada PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Bandung,

Dari kuesioner yang disebarkan oleh penulis, maka diperoleh nilai ordinasi dari tanggapan responden tersebut. Sistem penilaian terhadap jawaban responden tersebut menggunakan *skala likert*. Berdasarkan data dari penyebaran kuesioner, maka dilakukan perhitungan variabel X (pengaruh citra perusahaan dan variabel Y (keputusan pembelian konsumen) dengan perhitungan analisis korelasi Pearson Product Moment yang merupakan metode statistik non parametrik dengan menggunakan *SPSS 13.0 for windows*.

a. Method of Succesive Intervals

Berikut ini adalah data dari variabel *Pengaruh Citra Perusahaan* (X) dan variabel *Keputusan Pembelian Konsumen* (Y) yang telah memiliki skala interval melalui methode succesive interval dan diolah dengan menggunakan *SPSS 13.0 for windows*.

Tabel 4.31

Tabel Pembantu Penghitungan M.S.I

Responden	X	Y	X2	Y2	XY
1	21.652	33.223	468.809	1103.768	719.344
2	31.113	26.338	968.019	693.690	819.454
3	30.434	26.111	926.228	681.784	794.662
4	37.906	36.220	1436.865	1311.888	1372.955
5	38.624	36.220	1491.813	1311.888	1398.961
6	36.787	33.264	1353.283	1106.494	1223.683
7	37.678	33.275	1419.632	1107.226	1253.735
8	31.400	27.205	985.960	740.112	854.237
9	37.693	33.315	1420.762	1109.889	1255.742
10	32.446	28.899	1052.743	835.152	937.657
...					
90	26.970	13.156	727.381	173.080	354.817
Total	**2882.931**	**2539.567**	**96330.940**	**76682.815**	**84838.220**

Dari hasil perhitungan diperoleh :

n = 90

Σ X = 2882,931

Σ Y = 2539,567

Σ XY = 84838,220

ΣX^2 = 96330,940

ΣY^2 = 76682,815

b. Analisis Regresi Linier Sederhana

Untuk mengetahui **"**Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen**"**, maka kita menggunakan analisis regresi linear sederhana dengan model sebagai berikut :

Y = a + bX

Dengan:

$$a = \frac{\left(\sum y\right)\left(\sum x^2\right) - \left(\sum x\right)\left(\sum xy\right)}{n\sum x^2 - \left(\sum x\right)^2}$$

dan

$$b = \frac{n\sum X_i Y_i - \left(\sum X_i\right)\left(\sum Y_i\right)}{n\sum X_i^2 - \left(\sum X_i\right)^2}$$

Sehingga didapatkan nilai a dan b sebagai berikut :

$$a = \frac{\left(\sum y\right)\left(\sum x^2\right) - \left(\sum x\right)\left(\sum xy\right)}{n\sum x^2 - \left(\sum x\right)^2}$$

$$a = \frac{(2539{,}567)(96330{,}940) - (2882{,}931)(84838{,}220)}{(90)(96330{,}940) - 2882{,}931^2}$$

$$a = 0{,}157$$

$$b = \frac{n\sum X_i Y_i - \left(\sum X_i\right)\left(\sum Y_i\right)}{n\sum X_i^2 - \left(\sum X_i\right)^2}$$

$$b = \frac{(90)(84838{,}220) - (2882{,}931)(2539{,}567)}{(90)(96330{,}940) - 2882{,}931^2}$$

$$b = 0{,}876$$

Diperoleh model regresi sebagai berikut:

Y = 0,157 + 0,876 X

Nilai konstanta a memiliki arti bahwa ketika variabel *Pengaruh Citra Perusahaan* (X) bernilai nol atau *Keputusan Pembelian Konsumen* (Y) tidak dipengaruhi oleh *Pengaruh Citra Perusahaan*, maka nilai konstan *Keputusan Pembelian Konsumen* bernilai 0,157. Sedangkan koefisien regresi b memiliki arti

bahwa jika variabel *Pengaruh Citra Perusahaan* (X) meningkat sebesar satu satuan, maka *Keputusan Pembelian Konsumen* (Y) akan meningkat sebesar 0,876.

c. Analisis Korelasi Pearson Product Moment

Untuk mengetahui hubungan *Pengaruh Citra Perusahaan* (variabel X) dengan *Keputusan Pembelian Konsumen* (variabel Y), digunakan analisis korelasi Pearson dengan rumus sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n\sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{\{n\sum X_i^{\,2} - (\sum X_i)^2\}\{n\sum Y_i^{\,2} - (\sum Y)^2\}}}$$

Dari perhitungan diperoleh:

n = 90

Σ X = 2882,931

Σ Y = 2539,567

Σ XY = 84838,220

ΣX^2 = 96330,940

ΣY^2 = 76682,220

maka

$$r = \frac{(90)(84838,220) - (2882,931)(2539,567)}{\sqrt{\{(90 \times 96330,940) - 2882,931^2\}\{(90 \times 76682,220 - 2539,567^2\}}}$$

= 0,780

Correlations

		x	y
x	Pearson Correlation	1	.780**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	90	90
y	Pearson Correlation	.780**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	90	90

**. Correlation is significant at the 0.01 level

Angka output pada korelasi *Pearson product Moment* mempunyai arti bahwa keeratan hubungan antara citra perusahaan dengan keputusan pembelian konsumen menghasilkan angka 0,780. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.32
Interprestasi Tingkat Hubungan Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2004:214)

Berdasarkan pada tabel di atas, maka angka tersebut menunjukkan hubungan kedua variabel tersebut kuat dan searah, sedangkan tanda positif (+) menunjukkan bahwa semakin besar perubahan yang terjadi pada pengaruh citra perusahaan maka akan semakin besar keputusan pembelian konsumen atau sebaliknya, semakin kecil perubahan pada pengaruh citra perusahaan maka akan semakin rendah keputusan pembelian konsumen pada PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Bandung. Korelasi antara citra perusahaan dan keputusan pembelian konsumen adalah signifikan untuk pengujian dengan tingkat kesalahan sebesar 10%, atau derajat kepercayaan sebesar 90% .

d. Koefisien Determinasi

Besarnya pengaruh antara citra perusahaan (variabel X) terhadap *keputusan pembelian konsumen* (variabel Y). ditunjukkan oleh koefisien determinasi dengan rumus sebagai berikut :

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

$= (0{,}780)^2 \times 100\%$

$= 60{,}84\%$

Artinya, *pengaruh citra perusahaan* (variabel X) memberikan pengaruh sebesar 60,84% terhadap *keputusan pembelian konsumen* (variabel Y). Sedangkan sisanya sebesar 39,16% dapat diterangkan oleh variabel lainnya yang tidak diteliti oleh penulis, seperti pengambil inisiatif (*inisiator*), pemberi pengaruh (*influence*), pembuat keputusan (*devider*), pembeli (*buyer*), kualitas pelayanan (service) serta harga *(price).*

e. Uji Hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk mengetahui apakah penelitian yang dilakukan akan menolak atau menerima hipotesis. Sedangkan hipotesis yang digunakan oleh penulis adalah hipotesis nol (Ho) dan hipotesis satu (H_1).

Pengujian hipotesis akan diuraikan sebagai berikut :

$H_0 : \rho = 0$ Artinya, Citra Perusahaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.

$H_1 : \rho \neq 0$ Artinya, Citra Perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen

Rumus yang digunakan dalam menguji hipotesis diatas menggunakan yaitu menggunakan uji t student :

$$t = \frac{rs\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-rs^2}}$$

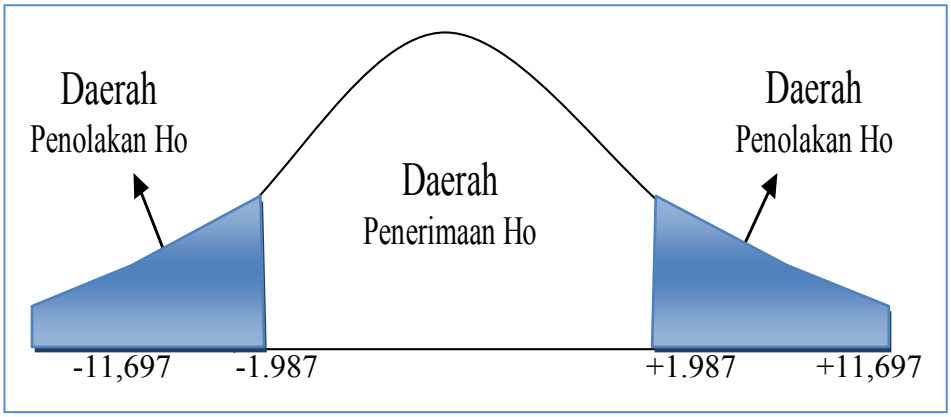
$$= \frac{0{,}780\sqrt{90-2}}{\sqrt{1-(0{,}780)^2}}$$

$$= 11{,}697$$

Dengan $\alpha = 5\%$ dan dk = n-2 =88 diperoleh nilai t tabel sebesar 1,987.

Berdasarkan kriteria uji berikut:

1. Terima Ho jika -t tabel < t hitung < t tabel
2. Tolak Ho jika t hitung > t tabel atau t hitung < -t tabel



Gambar 4.2
Kurva Hipotesis Daerah Penerimaan dan Penolakan

Berdasarkan perhitungan di atas, dapat diperoleh nilai t hitung sebesar 11,697. Karena nilai t hitung (11,697) > t tabel (1,987), maka Ho ditolak. Artinya, citra perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.