BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan

4.1.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan

MM'S Trans adalah suatu perusahaan yang bergerak dibidang jasa yang didirikan pada tanggal 25 Desember 2011. Berawal dari pelayanan jasa terhadap dunia transportasi (rental mobil), dan dengan berbekal ilmu, pengalaman serta kepercayaan diri, maka timbul keinginan untuk mendirikan sebuah perusahaan yang memiliki badan hukum (legalitas) yang berlaku terhadap segala aktivitas perusahaan biro perjalanan wisata atau lebih dikenal dengan istilah tour & travel. Dengan demikian, perusahaan mampu menciptakan lapangan kerja baru bagi orang lain, dan lebih maju untuk dapat bersaing dengan perusahaan sejenis, dan lebih optimis akan prospek kedepan dalam menjalankan usaha biro perjalanan wisata dimasa yang akan datang.

Perjalanan wisata merupakan salah satu kebutuhan manusia dalam menjalankan segala aktifitasnya. Banyak orang melakukan sebuah perjalan dengan tujuan tertentu, baik itu perjalan dinas, ataupun mencari hiburan dan kesenangan semata. Namun demikian, disetiap perjalan diharapkan adanya nilai wawasan serta pengalaman didalamnya. Seiring dengan perkembangan teknologi saat kini, dunia bisnis dan industri pun turut mengalami perkembangan khususnya industri pariwisata yang semakin berkembang di Kota Bandung yang didalamnya

melibatkan berbagai pihak, baik itu pemerintah pusat atau daerah, pihak swasta, dan pelaku wisata itu sendiri. Berdasarkan hal tersebut, diharapkan dapat terbentuk minat yang tinggi dari masyarakat untuk menjelajahi tempat-tempat wisata yang terdapat di Kota Bandung dan sekitarnya, karena Kota Bandung terkenal sebagai salah satu tujuan wisata favorit (wisata belanja, wisata kuliner, dan wisata alam & budaya) yang menarik perhatian wisatawan baik domestik maupun mancanegara, sehingga setiap minggunya Kota Bandung selalu didatangi oleh para wisatawan. Apalagi jika memasuki masa liburan, tempat-tempat wisata di Kota Bandung selalu dipenuhi oleh para pengunjung.

Atas dasar pemikiran tersebut, "MM'S Trans" didirikan sebagai perusahaan biro perjalanan wisata yang didukung oleh tenaga-tenaga profesional, lengkap dengan memberikan berbagai pelayanan seperti jasa transportasi, perjalanan wisata, hotel, sampai jasa pemandu wisata, sehingga para pelanggan dapat memilih tujuan objek wisata sesuai keingian dengan berbagai kemudahan yang ditawarkan untuk dapat mewujudkan kepuasan terhadap jasa itu sendiri.

4.1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

a. Visi

   Menjadi partner anda dalam bertransportasi dan wisata.

b. Misi

   Melayani dengan lebih baik.

4.1.1.3 Tujuan Berdirinya Perusahaan

Berbagai produk dan layanan yang tersedia, baik untuk perorangan maupun perusahaan diciptakan untuk memenuhi kebutuhan para pelanggan. Disamping hubungan yang baik dengan pelanggan, MM'S Trans juga memiliki hubungan yang baik dengan masyarakat sekitar. Perusahaan percaya akan perlunya pembangunan masyarakat secara berkesinambungan guna menciptakan lingkungan bisnis yang kondusif. Dengan didirikannya perusahaan MM'S Trans ini mempunyai tujuan sebagai berikut:

1. Turut serta dalam mensukseskan dan memajukan industri Pariwisata.
2. Menjadi perusahaan yang dapat diterima oleh semua kalangan masyarakat dan setiap pengelola wisata, serta semua komponen yang terlibat didalamnya untuk menjadi rekanan atau partner bisnis yang dapat saling menguntungkan.
3. Meningkatkan taraf hidup setiap pelaku wisata yang terlibat.
4. Dapat menjadi sumber informasi dan pilihan perjalanan wisata yang berkesan bagi pelanggan.
5. Menjaga keharmonisan dalam berbisnis antara pelaku wisata.

4.1.1.4 Struktur Organisasi Perusahaan

Suatu organisasi, dalam hal ini perusahaan dalam melaksanakan kinerjanya tentu membutuhkan seperangkat alat kerja untuk mendukung kinerja kesehariannya. Alat tersebut adalah struktur organisasi. Struktur organisasi dibutuhkan untuk mensinergikan antara satu bidang dengan bidang lainnya, mengkoordinasikan antara satu karyawan dengan karyawan lainnya sehingga

tidak terjadi tumpang tindih wewenang dan tanggung jawab dan juga untuk menghindari kesalahan dalam pengambilan keputusan. Dalam hal ini MM'S Trans menggunakan struktur yang dianggap relevan dan sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Struktur organisasi pada MM'S Trans adalah sebagai berikut:

Director : R. Mamun Hasyim ST.

Tour Manager : Mia Gustin.

Transport Manager : Iwa Kartiwa.

Div. Rent car : R. Mustapa Hasan.

4.1.1.5 Legalitas Perusahaan

Nama Perusahaan	: CV. GRAHA SEJAHTERA "MM'S Trans"
Alamat	: Jl. Hj. Siti Mardiyah Cibaduyut Raya RT 01/04 Kecamatan Bojongloa Kidul, Kota Bandung.
Bidang usaha	: 1. Biro Perjalanan Wisata (Tours & Travel) 2. Study Tour (Edutainment Program) 3. Rent Car
Akta Pendirian	: 16 / 1 Mei 2013
Tanda Daftar Usaha	: 10.24.3.46.07812
SIUP	: 00025/10.12/PK/I/2013
Izin Gangguan (HO)	: 844.3/01/5/13
NPWP	: 31.759.601.3-445.000
SPPKP	: PEM.00740/WPJ.09/KP.1303/2013

4.1.2 Gambaran Umum Responden

Pada Penelitian ini, penulis menguraikan data hasil penelitian yang diperoleh dari penyebaran kuesioner terhadap responden. Data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner ini merupakan data primer, disamping sumber-sumber lain yang menjadi sumber data sekunder yaitu wawabcara, pengamatan, dan studi kepustakaan.

Sampel dari penelitian ini sebanyak 150 responden yaitu semua konsumen yang pernah menggunakan jasa sewa mobil pada MM'S Trans Bandung. Penyebaran kuesioner ini dilakukan dengan memberikan kuesioner kepada pelanggan yang datang untuk menyewa kendaraan pada MM'S Trans Bandung, disamping itu penyebaran kuesioner ini juga dilakukan dengan cara mendatangi pelanggan MM'S Trans Bandung secara langsung.

Pada bagian ini, penulis mendeskripsikan atau memberikan gambaran dan penjelasan data hasil penelitian yang diperoleh. Profil responden ini dibutuhkan untuk mengetahui latar belakang responden, dalam penelitian ini profil responden dibedakan berdasarkan usia, jenis kelamin, dan pekerjaan.

4.1.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia seseorang mempengaruhi sikap pelanggan terhadap keputusan untuk melakukan konsumsi. Seorang pelanggan yang lebih dewasa memiliki pola piker yang dinamis dan membutuhkan banyak pertimbangan dalam mengambil suatu keputusan untuk melakukan pembelian. Berbeda halnya dengan pelanggan yang

baru memasuki usia dewasa, seringkali tidak menggunakan pertimbangan. Untuk mengetahui gambaran responden berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.1
Usia Responden

Usia	Jumlah	Persentase
17 - 20 tahun	8	5,33%
21 - 25 tahun	39	26,00%
26 - 30 tahun	38	25,33%
> 30 tahun	65	43,33%
Total	150	100,00%

4.1.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin menentukan sikap penilaian pelanggan. Seorang pelanggan pria umumnya cenderung untuk memberika penilaian seadanya, sedangkan pelanggan wanita secara umum benar-benar dapat memberikan penilaian yang tinggi sebagai seorang pelanggan. Untuk mengetahui gambaran responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.2
Jenis Kelamin Responden

Jenis kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	107	71,33%
Perempuan	43	28,67%
Total	150	100,00%

4.1.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Deskripsi karakteristik responden menurut jenis pekerjaan yaitu menguraikan atau memberikan gambaran mengenai identitas responden menurut jenis pekerjaannya. Hal ini berhubungan dengan pembelian jasa yang sesuai atau

kebutuhan dan tuntutan pekerjaan responden. Untuk mengetahui gambaran responden berdasarkan jenis pekerjaan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.3
Jenis Pekerjaan Responden

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Pelajar/Mahasiswa	9	6,00%
PNS,TNI/POLRI	8	5,33%
Wiraswasta	86	57,33%
Lain-lain	47	31,33%
Total	150	100,00%

4.1.3 Analisis Data Penelitian

Setelah melihat dan menganalisa data responden, selanjutnya akan dibahas mengenai data penelitian. Data penelitian ini merupakan hasil jawaban responden dalam mengisi angket penelitian yang disebarkan. Pada analisa penelitian, penulis uraikan berdasar kepada operasionalisasi variabel penelitian untuk menjawab identifikasi masalah yang ingin diketahui oleh penulis.

Data yang telah dikumpulkan, diklasifikasikan dan dianalisa dengan menggunakan teknik analisis deskriptif dan teknik analisis regresi berganda. Data dikumpulkan dengan menggunakan alat ukur angket yang telah dicoba uji validitas dan reabilitasnya. Deskripsi dan operasionalisasi konsep-konsep dalam angket ini dilakukan berdasarkan pengamatan terhadap gejala-gejala di lapangan.

Teknik analisis statistik deskriptif bertujuan untuk menjelaskan mengenai keseluruhan data yang dikumpulkan dengan memaparkan, mengelompokkan, dan mengklasifikasikan ke dalam tabel distribusi frekuensi yang kemudian diberikan penjelasan.

4.1.3.1 Variabel Produk

Untuk mengetahui bagaimana tanggapan responden tentang variabel produk, maka dilakukan pengkategorian dengan cara menjumlahkan skor 7 pertanyaan, kemudian dicari panjang interval setiap kelas dengan rumus sebagai berikut:

$$c = \frac{X_n - X_1}{k}$$

Keterangan:
c = panjang interval kelas
X_n = Nilai terbesar
X_1 = Nilai terkecil
k = banyaknya kelas, dalam hal ini adalah 3 (baik - cukup - kurang) (Sudjana, 2005:47).

Variabel produk terdiri atas 7 pertanyaan. Setiap pertanyaan terdiri atas 5 alternatif jawaban yang diberi nilai. Nilai skor terbesar adalah 33, sedangkan skor terendah adalah 17. Untuk menentukan interval setiap kategori (3 kelas), maka dilakukan perhitungan sebagai berikut:

$$C = \frac{33 - 17}{3} = 5{,}33$$

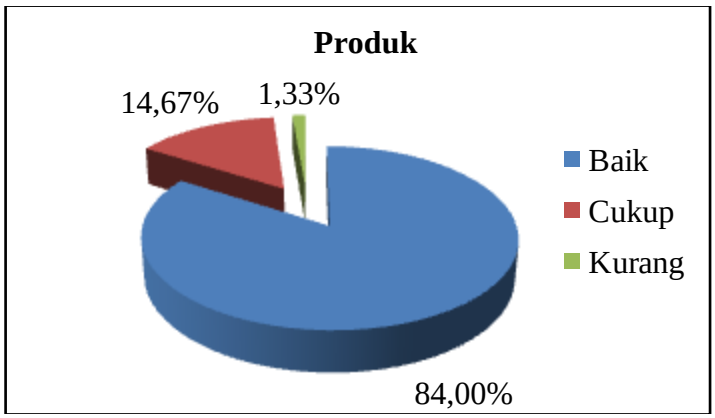
Dengan demikian, maka interval skor untuk menentukan masing-masing kategori variabel produk adalah:

Jumlah skor 17,00 - 22,32 : Kurang

Jumlah skor 22,33 - 27,66 : Cukup

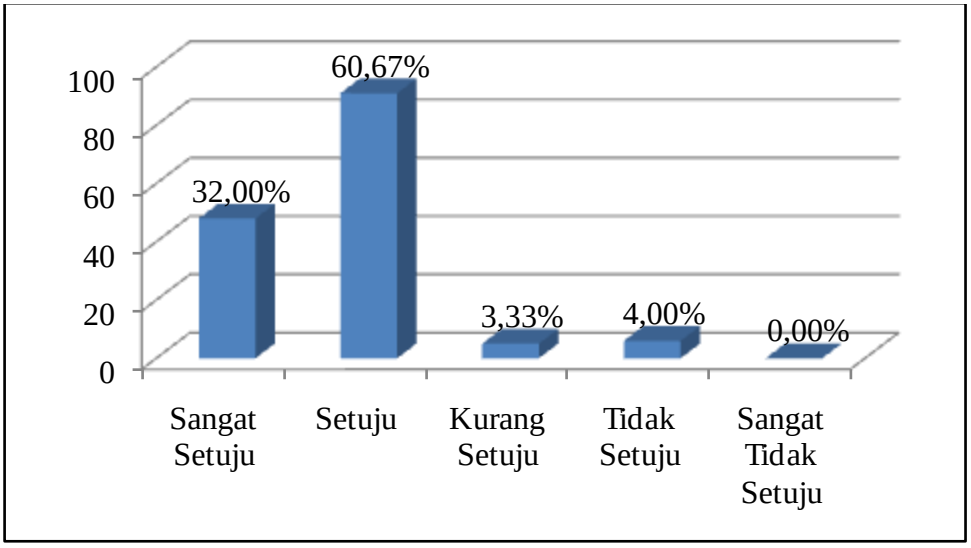
Jumlah skor 27,67 - 33,00 : Baik

Gambar 4.1
Frekuensi Tanggapan Responden
Berdasarkan Variabel Produk



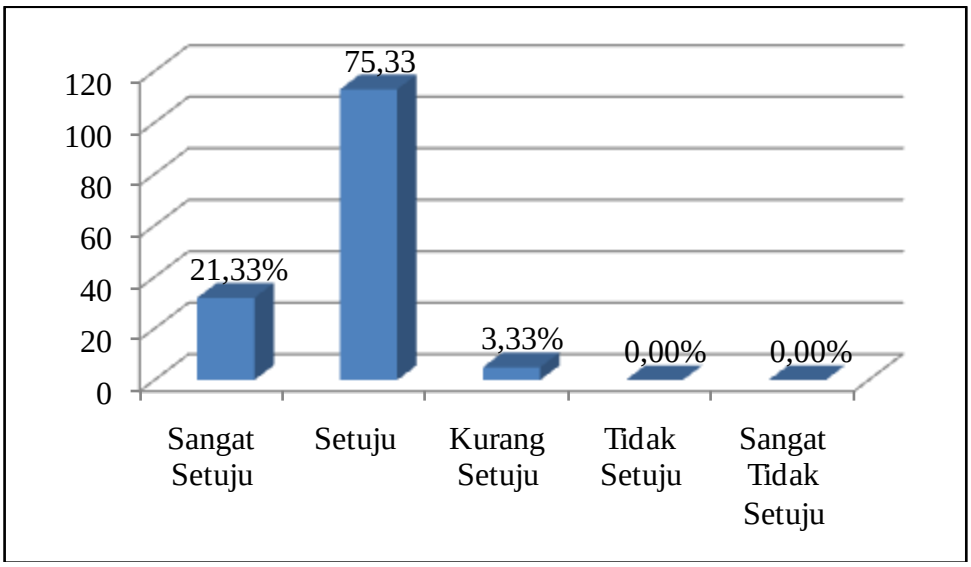
Gambar di atas merupakan tanggapan responden tentang variabel Produk. Mayoritas responden sebanyak 126 orang atau 84,00% termasuk dalam ketegori baik, dan paling sedikit sebanyak 2 orang atau 1,33% termasuk dalam ketegori kurang. Secara detail, kondisi ini dapat dijelaskan melalui penyajian sebaran jawaban dari 150 responden untuk item-item pertanyaan variabel Produk sebagai berikut:

Gambar 4.2
Tanggapan Responden Atas Pertanyaan No 1



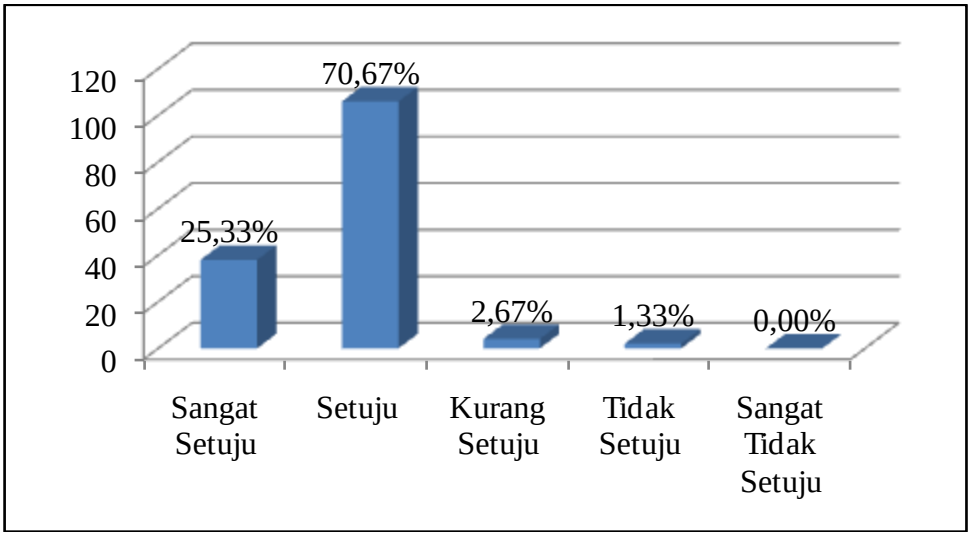
Berdasarkan gambar di atas, dapat diketahui gambaran pendapat responden mengenai pertanyaan tentang "Kendaraan yang disewakan memiliki kondisi yang baik dari segi mesin, body, dan interior". Mayoritas responden menjawab setuju, yaitu sebanyak 91 orang atau 60,67%, sedangkan yang paling sedikit menyatakan kurang setuju, yaitu sebanyak 5 orang atau 3,33%.

Gambar 4.3
Tanggapan Responden Atas Pertanyaan No 2



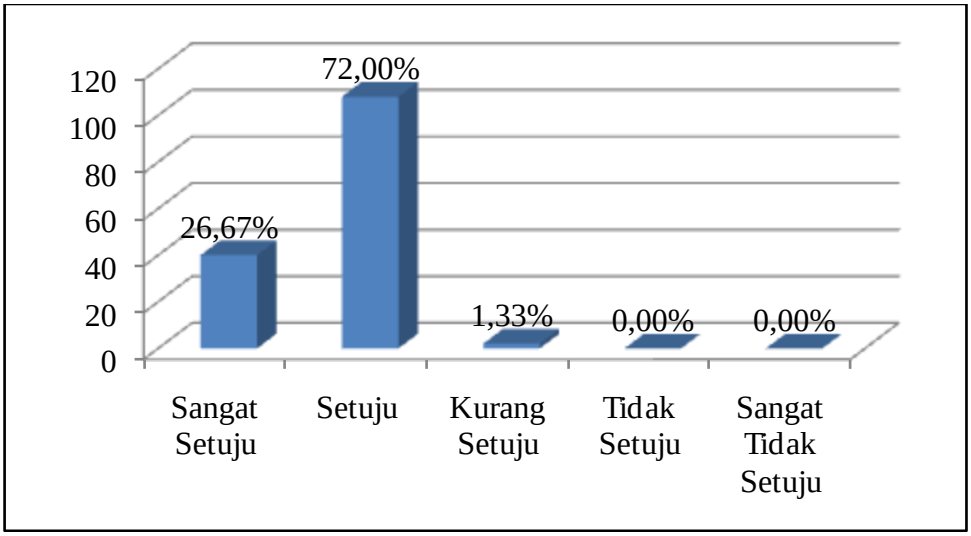
Berdasarkan gambar di atas, dapat diketahui gambaran pendapat responden mengenai pertanyaan tentang "Kendaraan yang disewakan nyaman untuk dikendarai". Mayoritas responden menjawab setuju, yaitu sebanyak 113 orang atau 75,33%, sedangkan yang paling sedikit menyatakan kurang setuju, yaitu sebanyak 5 orang atau 3,33%.

Gambar 4.4
Tanggapan Responden Atas Pertanyaan No 3



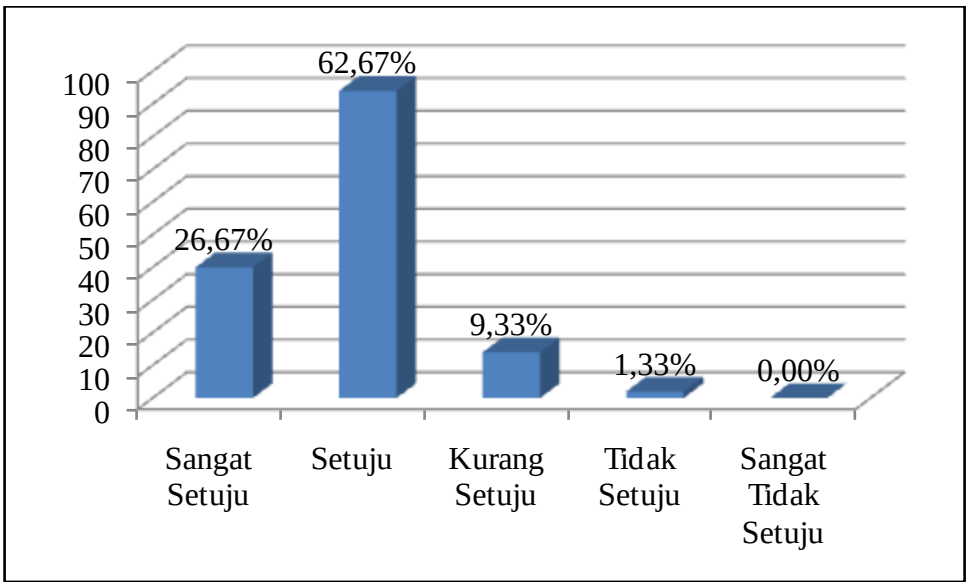
Berdasarkan gambar di atas, dapat diketahui gambaran pendapat responden mengenai pertanyaan tentang "Jenis/tipe Kendaraan yang disewakan dapat memenuhi/sesuai dengan kebutuhan konsumen". Mayoritas responden menjawab setuju, yaitu sebanyak 106 orang atau 70,67%, sedangkan yang paling sedikit menyatakan tidak setuju, yaitu sebanyak 2 orang atau 1,33%.

Gambar 4.5
Tanggapan Responden Atas Pertanyaan No 4



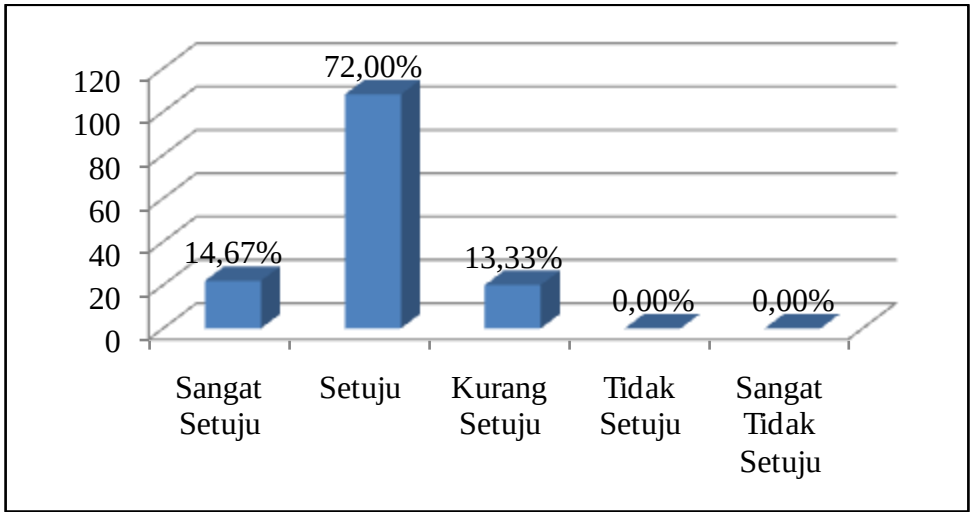
Berdasarkan gambar di atas, dapat diketahui gambaran pendapat responden mengenai pertanyaan tentang "Kendaraan yang disewakan memiliki fasilitas yang dapat mendukung standar keamanan dan keselamatan pada saat berkendara". Mayoritas responden menjawab setuju, yaitu sebanyak 108 orang atau 72,00%, sedangkan yang paling sedikit menyatakan kurang setuju, yaitu sebanyak 2 orang atau 1,33%.

Gambar 4.6
Tanggapan Responden Atas Pertanyaan No 5



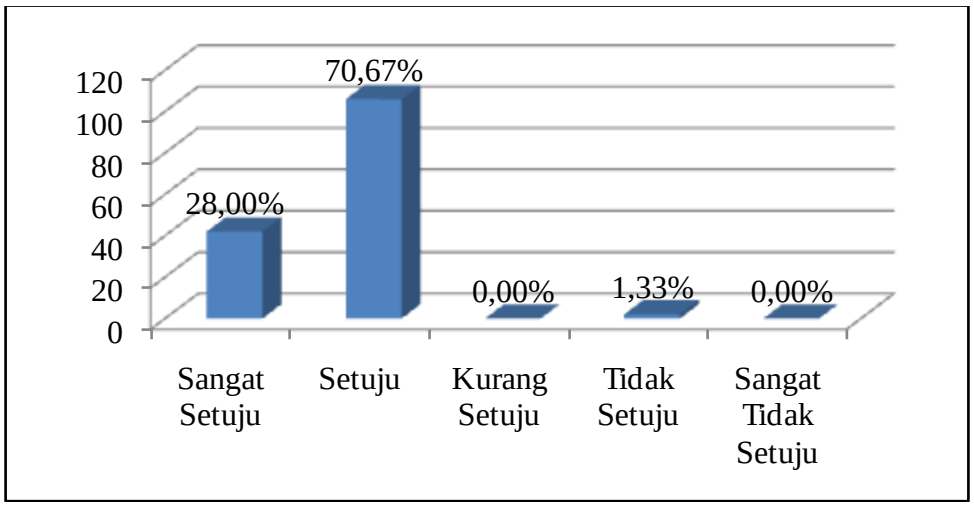
Berdasarkan gambar di atas, dapat diketahui gambaran pendapat responden mengenai pertanyaan tentang "Perlu adanya penambahan jenis/tipe Kendaraan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen". Mayoritas responden menjawab setuju, yaitu sebanyak 94 orang atau 62,67%, sedangkan yang paling sedikit menyatakan tidak setuju, yaitu sebanyak 2 orang atau 1,33%.

Gambar 4.7
Tanggapan Responden Atas Pertanyaan No 6



Berdasarkan gambar di atas, dapat diketahui gambaran pendapat responden mengenai pertanyaan tentang "Kendaraan yang disewakan memiliki aksesoris pendukung lain untuk membuat konsumen lebih nyaman pada saat berkendara". Mayoritas responden menjawab setuju, yaitu sebanyak 108 orang atau 72,00%, sedangkan yang paling sedikit menyatakan kurang setuju, yaitu sebanyak 20 orang atau 13,33%.

Gambar 4.8
Tanggapan Responden Atas Pertanyaan No 7



Berdasarkan gambar di atas, dapat diketahui gambaran pendapat responden mengenai pertanyaan tentang "MM'S Trans sudah dikenal sebagai perusahaan jasa sewa mobil oleh masyarakat". Mayoritas responden menjawab setuju, yaitu sebanyak 106 orang atau 70,67%, sedangkan yang paling sedikit menyatakan tidak setuju, yaitu sebanyak 2 orang atau 1,33%.

4.1.3.2 Variabel Harga

Untuk mengetahui bagaimana tanggapan responden tentang variabel harga, maka dilakukan pengkategorian dengan cara menjumlahkan skor 6 pertanyaan, kemudian dicari panjang interval setiap kelas dengan rumus sebagai berikut:

$$c = \frac{X_n - X_1}{k}$$

Keterangan:
c = panjang interval kelas
X_n = Nilai terbesar
X_1 = Nilai terkecil
k = banyaknya kelas, dalam hal ini adalah 3 (baik - cukup - kurang)
(Sudjana, 2005:47).

Variabel harga terdiri atas 6 pertanyaan. Setiap pertanyaan terdiri atas 5 alternatif jawaban yang diberi nilai. Nilai skor terbesar adalah 30, sedangkan skor terendah adalah 17. Untuk menentukan interval setiap kategori (3 kelas), maka dilakukan perhitungan sebagai berikut:

$$C = \frac{30 - 17}{3} = 4{,}33$$

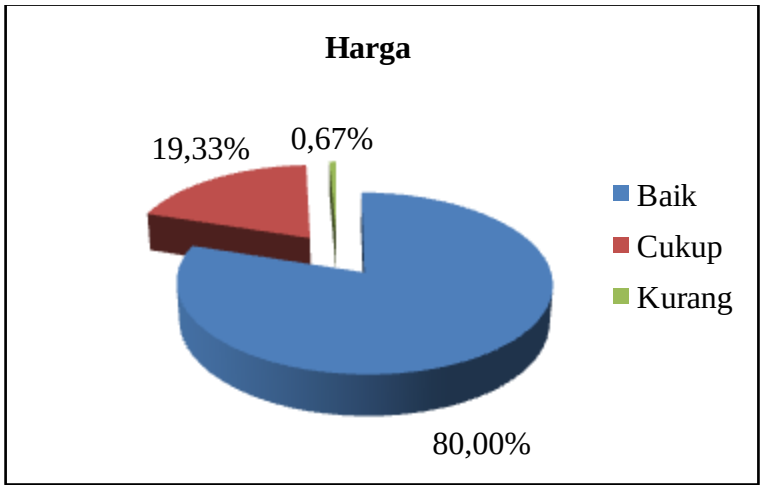
Dengan demikian, maka interval skor untuk menentukan masing-masing kategori variabel harga adalah:

Jumlah skor 17,00 - 21,32 : Kurang

Jumlah skor 21,33 - 25,66 : Cukup

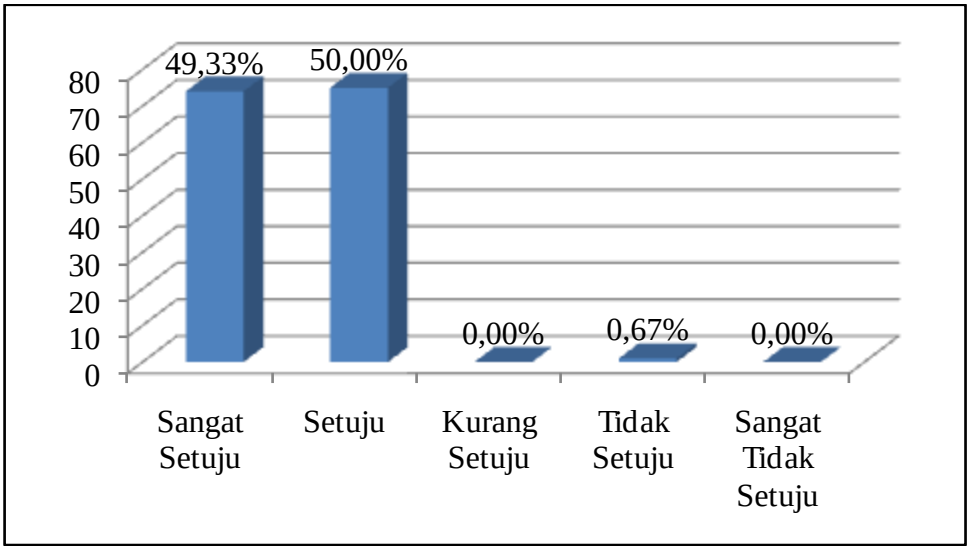
Jumlah skor 25,67 - 30,00 : Baik

Gambar 4.9
Frekuensi Tanggapan Responden
Berdasarkan Variabel Harga



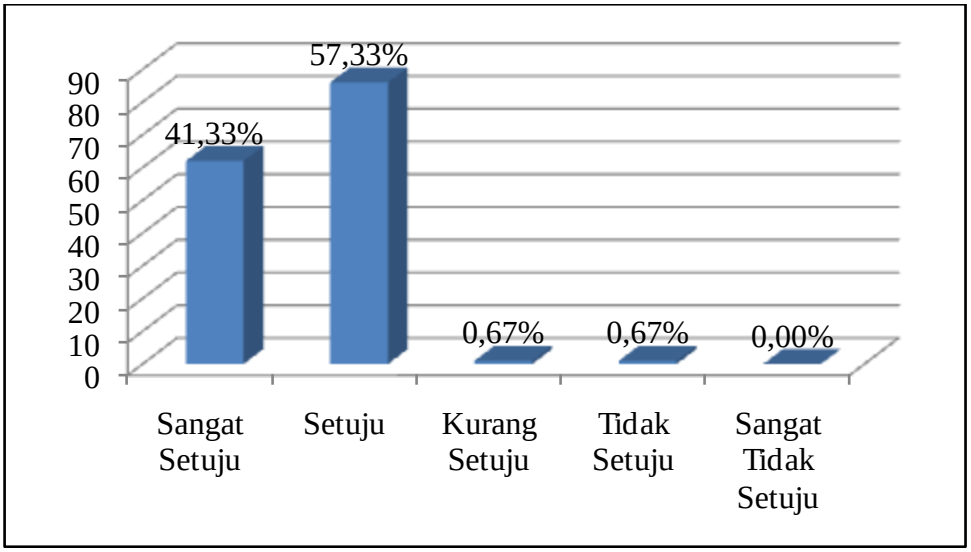
Gambar di atas merupakan tanggapan responden tentang variabel harga. Mayoritas responden sebanyak 120 orang atau 80,00% termasuk dalam ketegori baik, dan paling sedikit sebanyak 1 orang atau 0,67% termasuk dalam ketegori kurang. Secara detail, kondisi ini dapat dijelaskan melalui penyajian sebaran jawaban dari 150 responden untuk item-item pertanyaan variabel harga sebagai berikut:

Gambar 4.10
Tanggapan Responden Atas Pertanyaan No 8



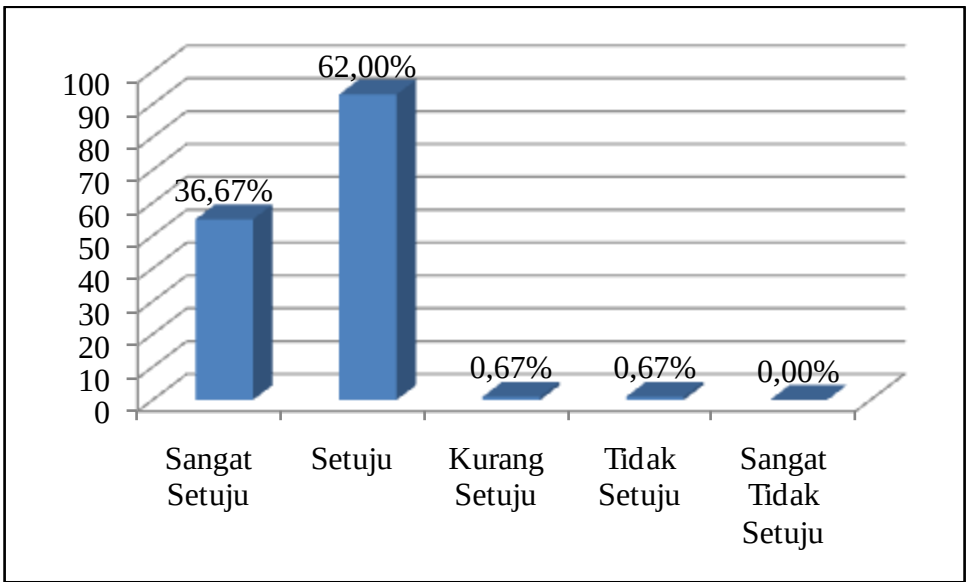
Berdasarkan gambar di atas, dapat diketahui gambaran pendapat responden mengenai pertanyaan tentang "Harga sewa kendaraan yang ditetapkan relatif murah dan terjangkau". Mayoritas responden menjawab setuju, yaitu sebanyak 75 orang atau 50,00%, sedangkan yang paling sedikit menyatakan tidak setuju, yaitu sebanyak 1 orang atau 0,67%.

Gambar 4.11
Tanggapan Responden Atas Pertanyaan No 9



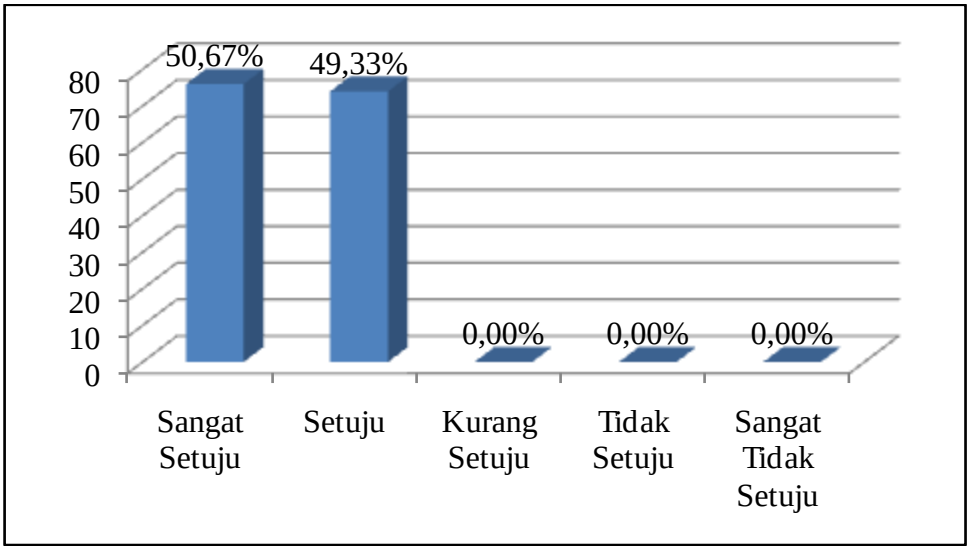
Berdasarkan gambar di atas, dapat diketahui gambaran pendapat responden mengenai pertanyaan tentang "Harga sewa kendaraan lebih murah dibandingkan dengan rental mobil lainnya". Mayoritas responden menjawab setuju, yaitu sebanyak 86 orang atau 57,33%, sedangkan yang paling sedikit menyatakan kurang setuju dan tidak setuju, yaitu sebanyak 1 orang atau 0,67%.

Gambar 4.12
Tanggapan Responden Atas Pertanyaan No 10



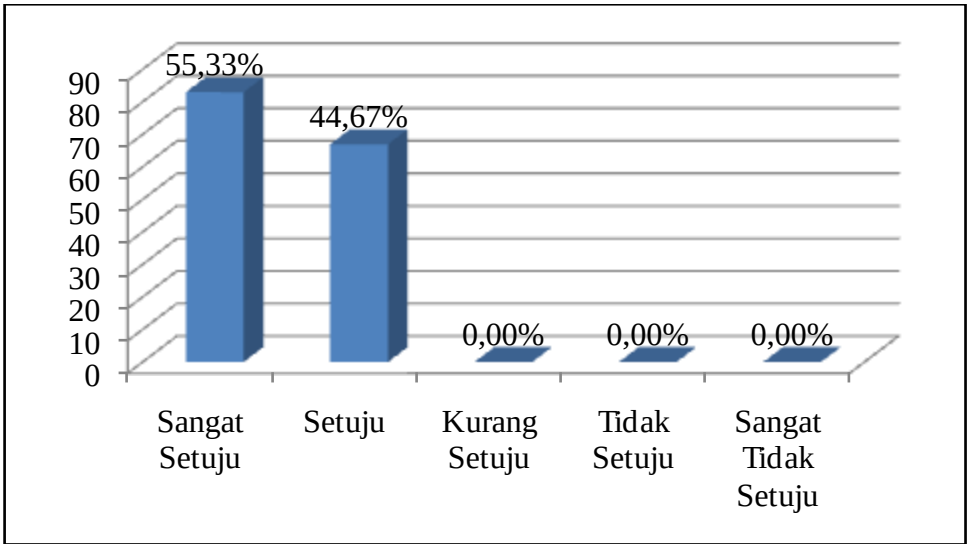
Berdasarkan gambar di atas, dapat diketahui gambaran pendapat responden mengenai pertanyaan tentang "Harga sewa sesuai dengan kualitas kendaraan dan fasilitas yang didapatkan". Mayoritas responden menjawab setuju, yaitu sebanyak 93 orang atau 62,00%, sedangkan yang paling sedikit menyatakan kurang setuju dan tidak setuju, yaitu sebanyak 1 orang atau 0,67%.

Gambar 4.13
Tanggapan Responden Atas Pertanyaan No 11



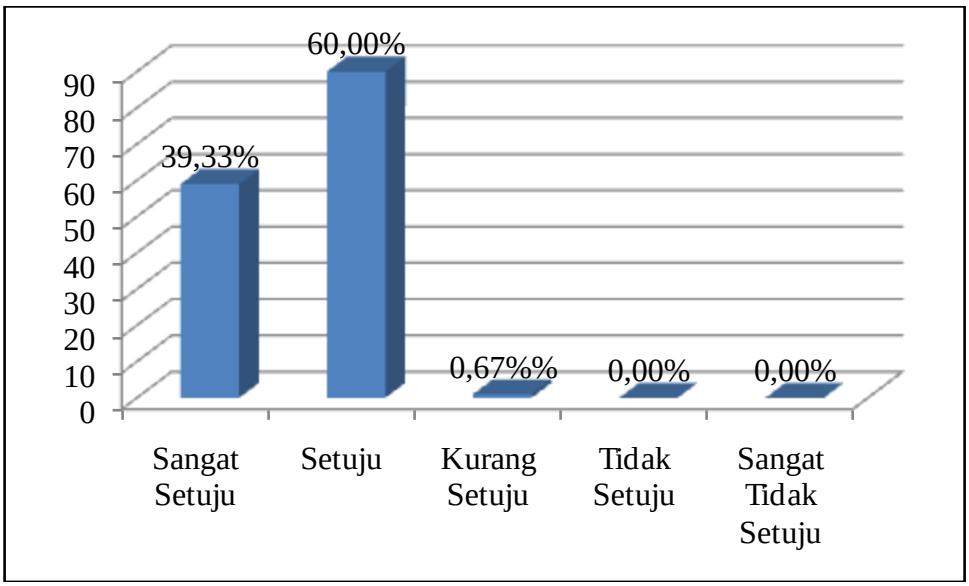
Berdasarkan gambar di atas, dapat diketahui gambaran pendapat responden mengenai pertanyaan tentang "Adanya potongan harga jika menyewa dalam jangka waktu lama (mingguan/bulanan)". Mayoritas responden menjawab sangat setuju, yaitu sebanyak 76 orang atau 50,67%, sedangkan yang paling sedikit menyatakan setuju, yaitu sebanyak 74 orang atau 49,33%.

Gambar 4.14
Tanggapan Responden Atas Pertanyaan No 12



Berdasarkan gambar di atas, dapat diketahui gambaran pendapat responden mengenai pertanyaan tentang "Sistem pembayaran yang diterapkan fleksibel (bisa disesuaikan bayar dimuka, atau bayar setelah sewa)". Mayoritas responden menjawab sangat setuju, yaitu sebanyak 83 orang atau 55,33%, sedangkan yang paling sedikit menyatakan setuju, yaitu sebanyak 67 orang atau 44,67%.

Gambar 4.15
Tanggapan Responden Atas Pertanyaan No 13



Berdasarkan gambar di atas, dapat diketahui gambaran pendapat responden mengenai pertanyaan tentang "Sistem pembayaran lebih fleksibel dibandingkan dengan rental mobil lainnya". Mayoritas responden menjawab setuju, yaitu sebanyak 90 orang atau 60,00%, sedangkan yang paling sedikit menyatakan kurang setuju, yaitu sebanyak 1 orang atau 0,67%.

4.1.3.3 Variabel Tempat/Lokasi

Untuk mengetahui bagaimana tanggapan responden tentang variabel tempat/lokasi, maka dilakukan pengkategorian dengan cara menjumlahkan skor 6 pertanyaan, kemudian dicari panjang interval setiap kelas dengan rumus sebagai berikut:

$$c = \frac{X_n - X_1}{k}$$

Keterangan:
c = panjang interval kelas
X_n = Nilai terbesar
X_1 = Nilai terkecil
k = banyaknya kelas, dalam hal ini adalah 3 (baik - cukup - kurang) (Sudjana, 2005:47).

Variabel tempat/lokasi terdiri atas 6 pertanyaan. Setiap pertanyaan terdiri atas 5 alternatif jawaban yang diberi nilai. Nilai skor terbesar adalah 30, sedangkan skor terendah adalah 14. Untuk menentukan interval setiap kategori (3 kelas), maka dilakukan perhitungan sebagai berikut:

$$C = \frac{30 - 14}{3} = 5{,}33$$

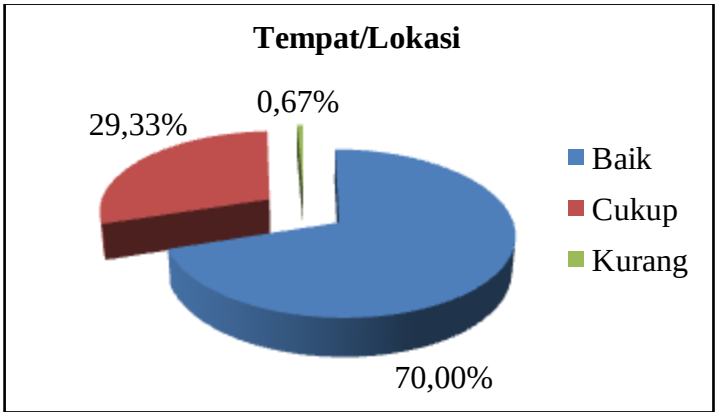
Dengan demikian, maka interval skor untuk menentukan masing-masing kategori variabel tempat/lokasi adalah:

Jumlah skor 14,00 - 19,32 : Kurang

Jumlah skor 19,33 - 24,66 : Cukup

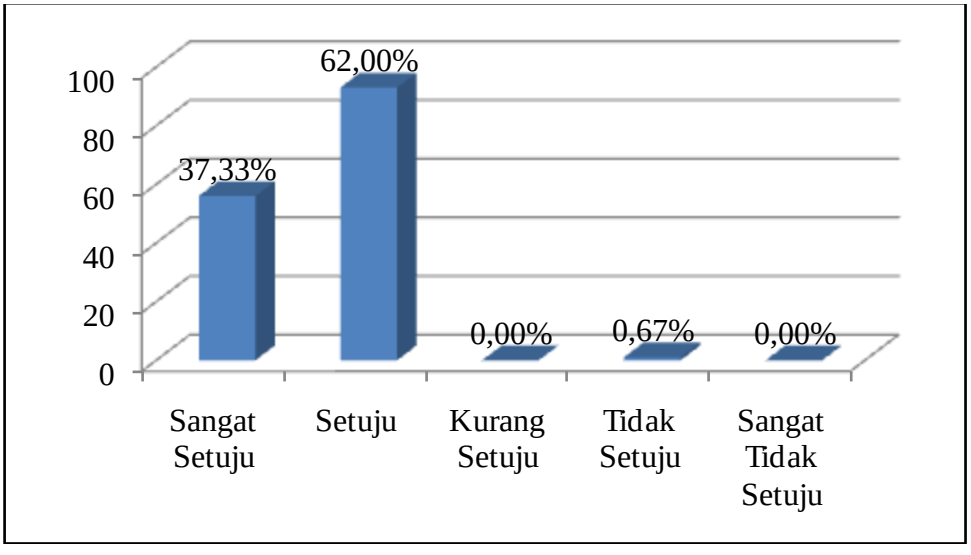
Jumlah skor 24,67 - 30,00 : Baik

Gambar 4.16
Frekuensi Tanggapan Responden
Berdasarkan Variabel Tempat/Lokasi



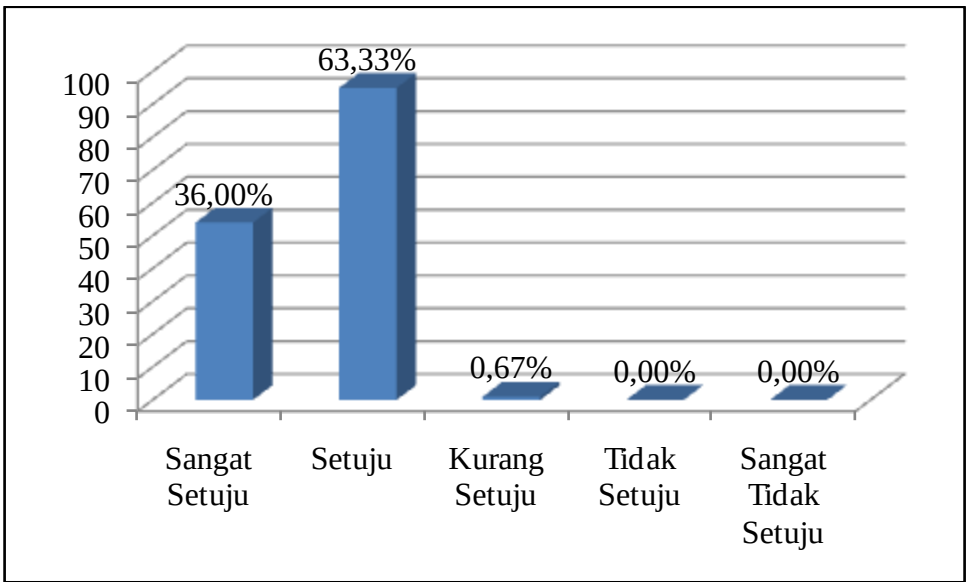
Gambar di atas merupakan tanggapan responden tentang variabel tempat/lokasi. Mayoritas responden sebanyak 105 orang atau 70,00% termasuk dalam ketegori baik, dan paling sedikit sebanyak 1 orang atau 0,67% termasuk dalam ketegori kurang. Secara detail, kondisi ini dapat dijelaskan melalui penyajian sebaran jawaban dari 150 responden untuk item-item pertanyaan variabel tempat/lokasi sebagai berikut:

Gambar 4.17
Tanggapan Responden Atas Pertanyaan No 14



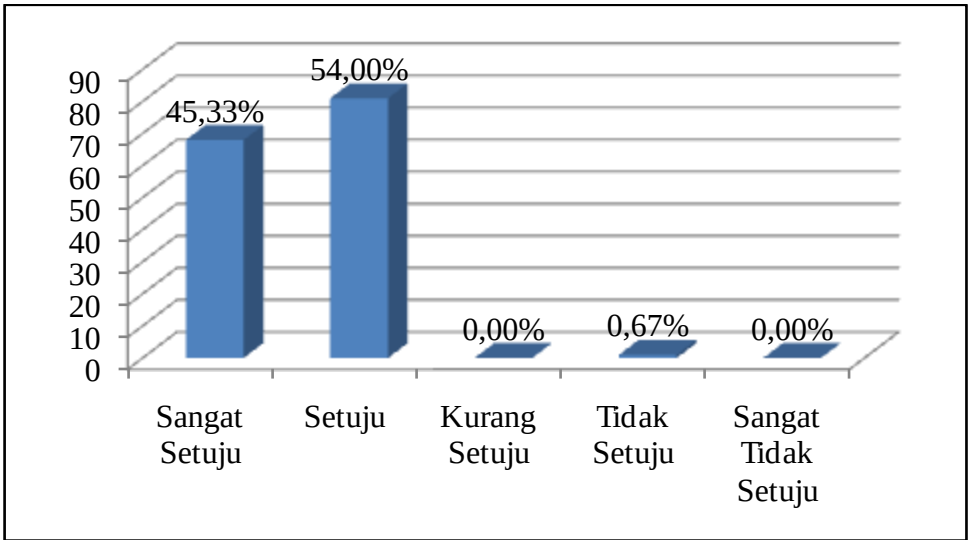
Berdasarkan gambar di atas, dapat diketahui gambaran pendapat responden mengenai pertanyaan tentang "MM'S Trans berada di lokasi yang strategis". Mayoritas responden menjawab setuju, yaitu sebanyak 93 orang atau 62,00%, sedangkan yang paling sedikit menyatakan tidak setuju, yaitu sebanyak 1 orang atau 0,67%.

Gambar 4.18
Tanggapan Responden Atas Pertanyaan No 15



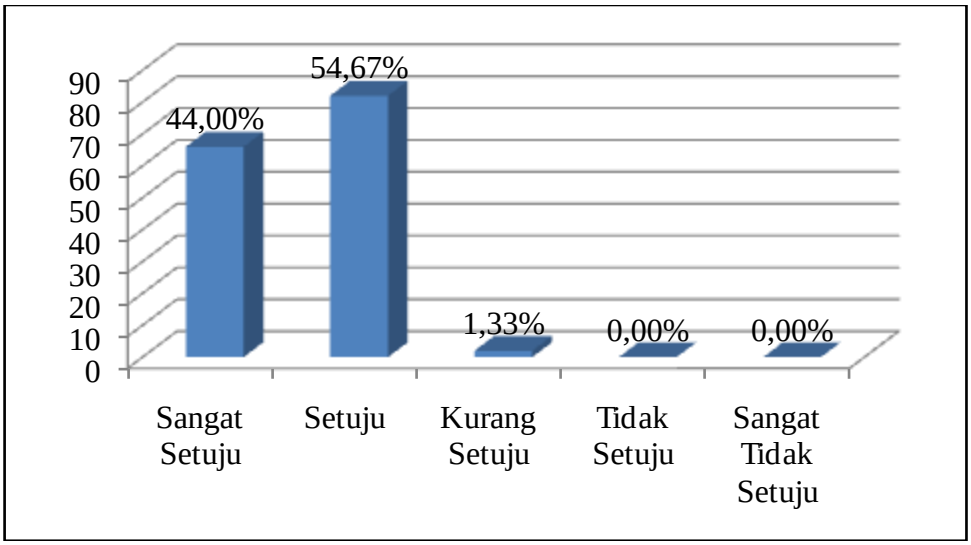
Berdasarkan gambar di atas, dapat diketahui gambaran pendapat responden mengenai pertanyaan tentang "Lokasi MM'S Trans berada di lingkungan yang aman". Mayoritas responden menjawab setuju, yaitu sebanyak 95 orang atau 63,33%, sedangkan yang paling sedikit menyatakan kurang setuju, yaitu sebanyak 1 orang atau 0,67%.

Gambar 4.19
Tanggapan Responden Atas Pertanyaan No 16



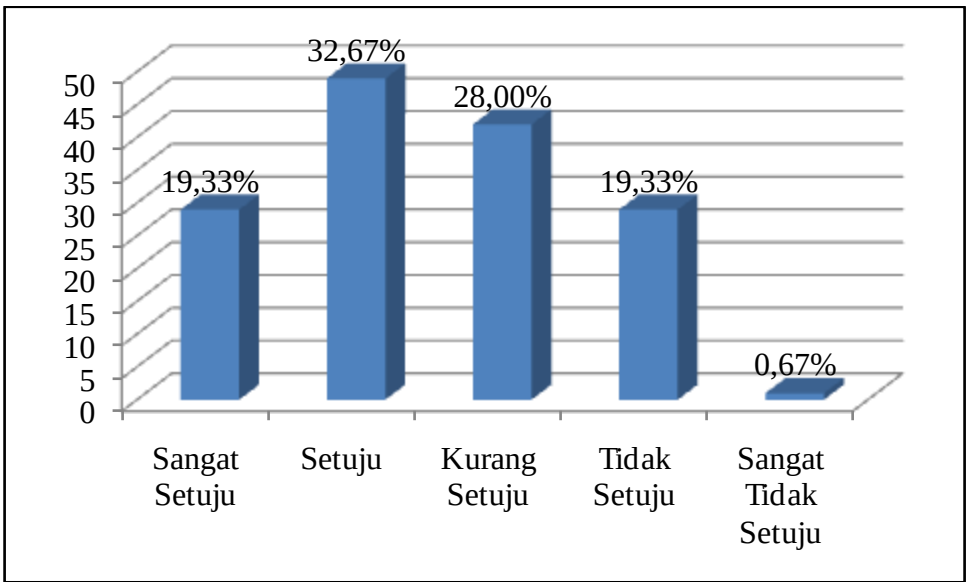
Berdasarkan gambar di atas, dapat diketahui gambaran pendapat responden mengenai pertanyaan tentang "Lokasi MM'S Trans mudah dijangkau dengan kendaraan umum". Mayoritas responden menjawab setuju, yaitu sebanyak 81 orang atau 54,00%, sedangkan yang paling sedikit menyatakan tidak setuju, yaitu sebanyak 1 orang atau 0,67%.

Gambar 4.20
Tanggapan Responden Atas Pertanyaan No 17



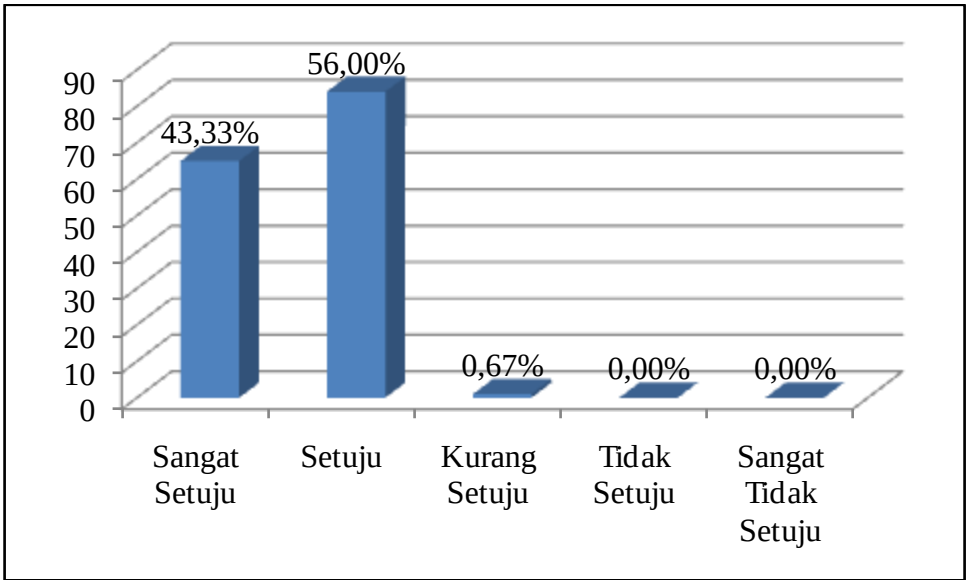
Berdasarkan gambar di atas, dapat diketahui gambaran pendapat responden mengenai pertanyaan tentang "MM'S Trans berada di dekat pusat kota atau pusat keramaian". Mayoritas responden menjawab setuju, yaitu sebanyak 82 orang atau 54,67%, sedangkan yang paling sedikit menyatakan kurang setuju, yaitu sebanyak 2 orang atau 1,33%.

Gambar 4.21
Tanggapan Responden Atas Pertanyaan No 18



Berdasarkan gambar di atas, dapat diketahui gambaran pendapat responden mengenai pertanyaan tentang "Kondisi lalu lintas di daerah sekitar dan menuju lokasi MM'S Trans lancar". Mayoritas responden menjawab setuju, yaitu sebanyak 49 orang atau 32,67%, sedangkan yang paling sedikit menyatakan sangat tidak setuju, yaitu sebanyak 1 orang atau 0,67%.

Gambar 4.22
Tanggapan Responden Atas Pertanyaan No 19



Berdasarkan gambar di atas, dapat diketahui gambaran pendapat responden mengenai pertanyaan tentang "Lingkungan/daerah sekitar dapat mendukung usaha jasa sewa mobil yang ditawarkan oleh MM'S Trans". Mayoritas responden menjawab setuju, yaitu sebanyak 84 orang atau 56,00%, sedangkan yang paling sedikit menyatakan kurang setuju, yaitu sebanyak 1 orang atau 0,67%.

4.1.3.4 Variabel Promosi

Untuk mengetahui bagaimana tanggapan responden tentang variabel promosi, maka dilakukan pengkategorian dengan cara menjumlahkan skor 6 pertanyaan, kemudian dicari panjang interval setiap kelas dengan rumus sebagai berikut:

$$c = \frac{X_n - X_1}{k}$$

Keterangan:
c = panjang interval kelas
X_n = Nilai terbesar
X_1 = Nilai terkecil
k = banyaknya kelas, dalam hal ini adalah 3 (baik - cukup - kurang) (Sudjana, 2005:47).

Variabel promosi terdiri atas 6 pertanyaan. Setiap pertanyaan terdiri atas 5 alternatif jawaban yang diberi nilai. Nilai skor terbesar adalah 30, sedangkan skor terendah adalah 12. Untuk menentukan interval setiap kategori (3 kelas), maka dilakukan perhitungan sebagai berikut:

$$C = \frac{30 - 12}{3} = 6{,}00$$

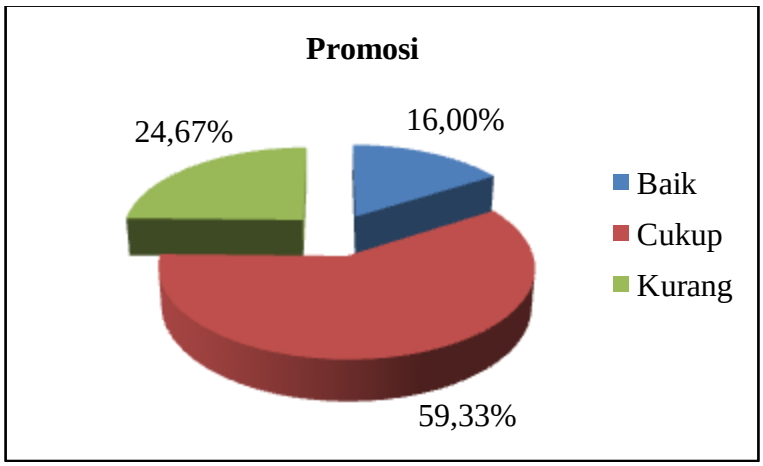
Dengan demikian, maka interval skor untuk menentukan masing-masing kategori variabel promosi adalah:

Jumlah skor 12,00 - 17,99 : Kurang

Jumlah skor 18 - 23,99 : Cukup

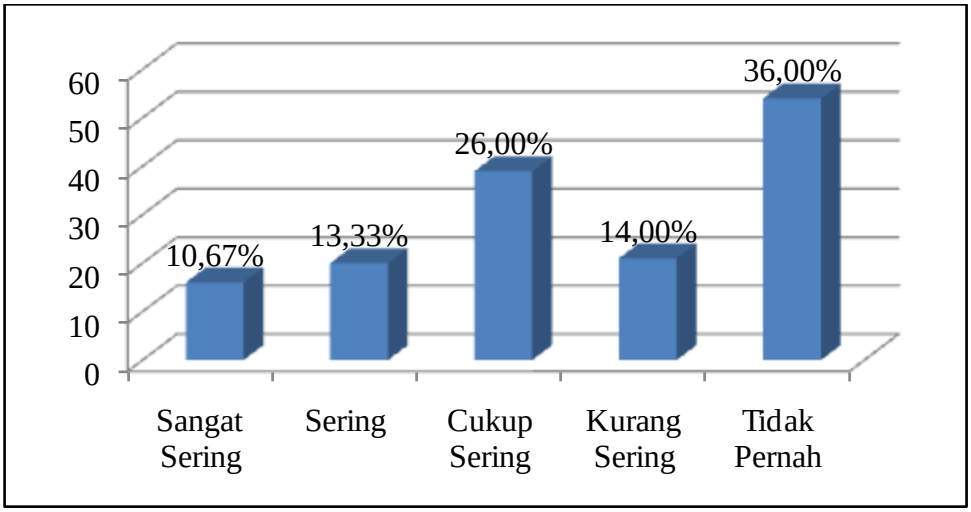
Jumlah skor 24 - 30,00 : Baik

Gambar 4.23
Frekuensi Tanggapan Responden
Berdasarkan Variabel Promosi



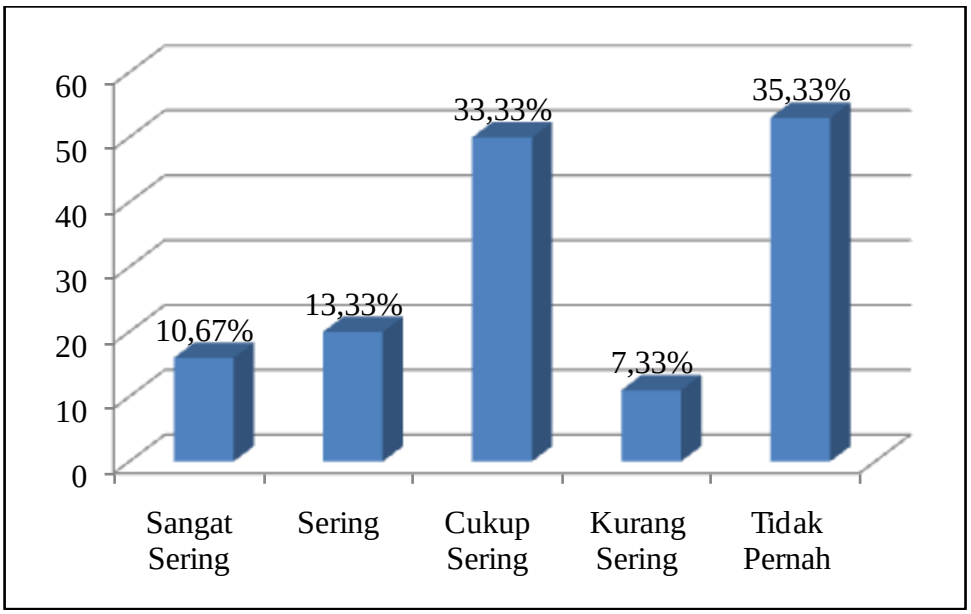
Gambar di atas merupakan tanggapan responden tentang variabel promosi. Mayoritas responden sebanyak 89 orang atau 59,33% termasuk dalam ketegori cukup, dan paling sedikit sebanyak 24 orang atau 16,00% termasuk dalam ketegori baik. Secara detail, kondisi ini dapat dijelaskan melalui penyajian sebaran jawaban dari 150 responden untuk item-item pertanyaan variabel promosi sebagai berikut:

Gambar 4.24
Tanggapan Responden Atas Pertanyaan No 20



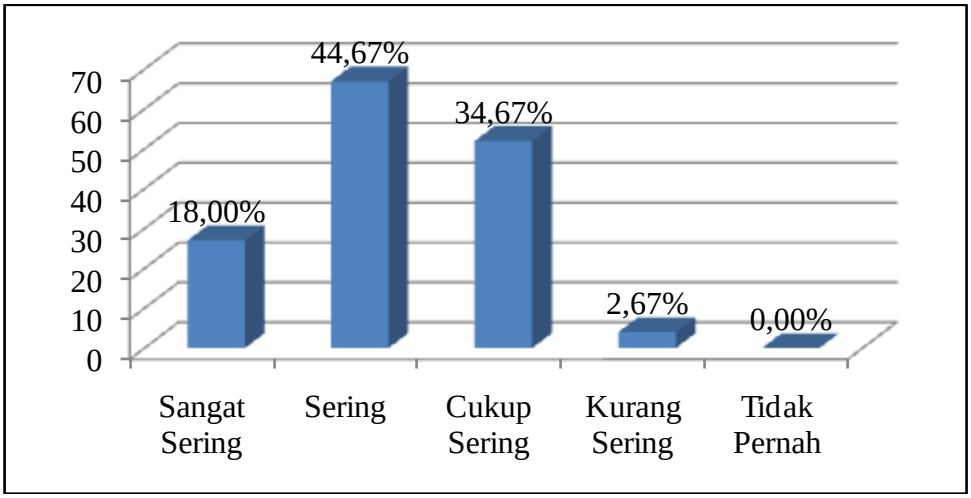
Berdasarkan gambar di atas, dapat diketahui gambaran pendapat responden mengenai pertanyaan tentang "Seberapa sering anda melihat promosi MM'S Trans melalui media cetak dan media elektronik (periklanan)". Mayoritas responden menjawab tidak pernah, yaitu sebanyak 54 orang atau 36,00%, sedangkan yang paling sedikit menyatakan sangat sering, yaitu sebanyak 16 orang atau 10,67%.

Gambar 4.25
Tanggapan Responden Atas Pertanyaan No 21



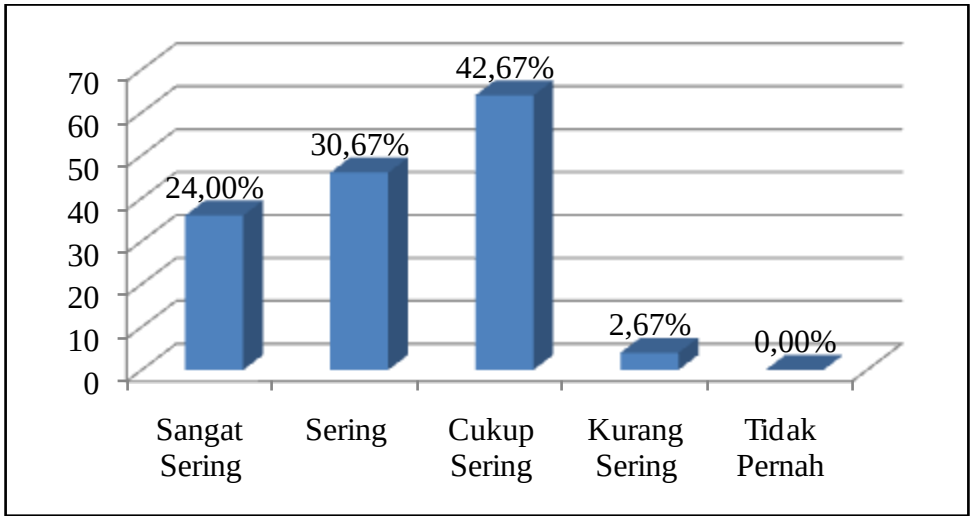
Berdasarkan gambar di atas, dapat diketahui gambaran pendapat responden mengenai pertanyaan tentang "Seberapa sering anda melihat promosi MM'S Trans melalui catalog, brosur, dan pamplet". Mayoritas responden menjawab tidak pernah, yaitu sebanyak 53 orang atau 35,33%, sedangkan yang paling sedikit menyatakan kurang sering, yaitu sebanyak 11 orang atau 7,33%.

Gambar 4.26
Tanggapan Responden Atas Pertanyaan No 22



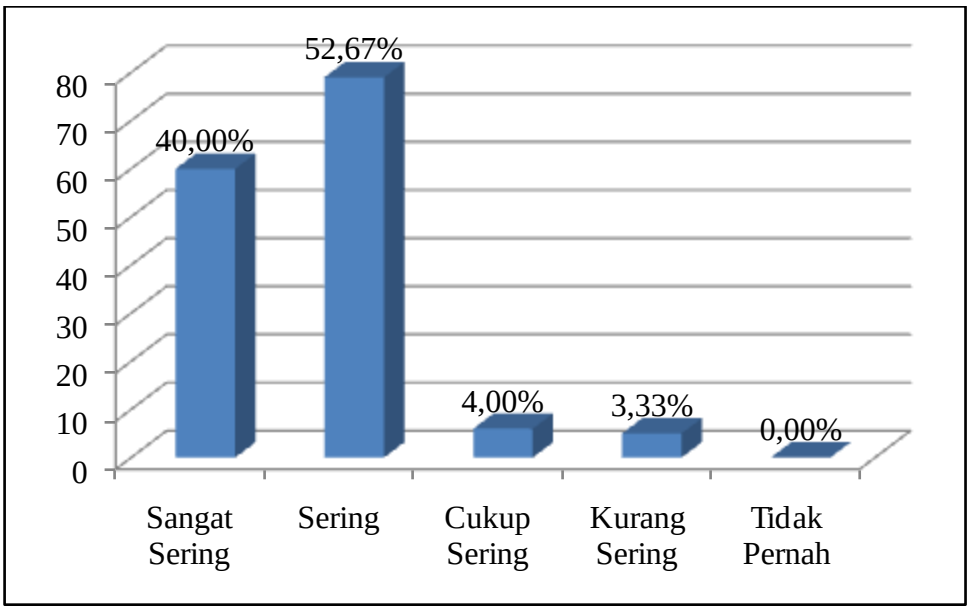
Berdasarkan gambar di atas, dapat diketahui gambaran pendapat responden mengenai pertanyaan tentang "Seberapa sering anda melihat promosi MM'S Trans dengan menggunakan tenaga penjual (marketing)". Mayoritas responden menjawab sering, yaitu sebanyak 67 orang atau 44,67%, sedangkan yang paling sedikit menyatakan kurang sering, yaitu sebanyak 4 orang atau 2,67%.

Gambar 4.27
Tanggapan Responden Atas Pertanyaan No 23



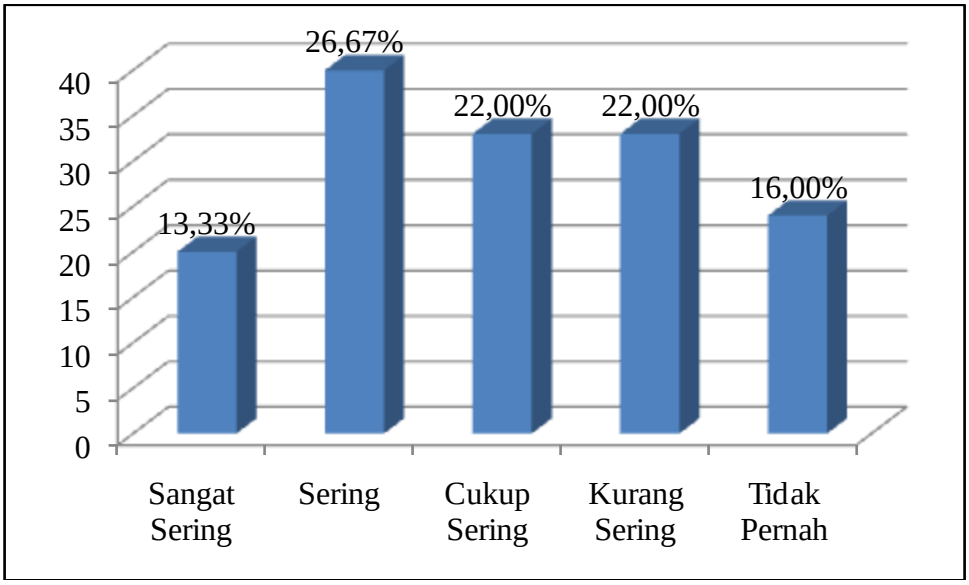
Berdasarkan gambar di atas, dapat diketahui gambaran pendapat responden mengenai pertanyaan tentang "Seberapa sering anda melihat promosi MM'S Trans melalui media jejaring sosial (Facebook, Blackberry Messenger, dan lain-lain)". Mayoritas responden menjawab cukup sering, yaitu sebanyak 64 orang atau 42,67%, sedangkan yang paling sedikit menyatakan kurang sering, yaitu sebanyak 4 orang atau 2,67%.

Gambar 4.28
Tanggapan Responden Atas Pertanyaan No 24



Berdasarkan gambar di atas, dapat diketahui gambaran pendapat responden mengenai pertanyaan tentang "Seberapa sering anda mendengar promosi MM'S Trans melalui penyebaran informasi dari mulut ke mulut". Mayoritas responden menjawab sering, yaitu sebanyak 79 orang atau 52,67%, sedangkan yang paling sedikit menyatakan kurang sering, yaitu sebanyak 5 orang atau 3,33%.

Gambar 4.29
Tanggapan Responden Atas Pertanyaan No 25



Berdasarkan gambar di atas, dapat diketahui gambaran pendapat responden mengenai pertanyaan tentang "Seberapa sering anda melihat MM'S Trans melakukan promosi penjualan yang memberikan motivasi pada konsumen untuk menggunakan jasa sewa mobilnya". Mayoritas responden menjawab sering, yaitu sebanyak 40 orang atau 26,67%, sedangkan yang paling sedikit menyatakan sangat sering, yaitu sebanyak 20 orang atau 13,33%.

4.1.3.5 Variabel Orang/Karyawan

Untuk mengetahui bagaimana tanggapan responden tentang variabel orang/karyawan, maka dilakukan pengkategorian dengan cara menjumlahkan skor 5 pertanyaan, kemudian dicari panjang interval setiap kelas dengan rumus sebagai berikut:

$$c = \frac{X_n - X_1}{k}$$

Keterangan:
c = panjang interval kelas
X_n = Nilai terbesar
X_1 = Nilai terkecil
k = banyaknya kelas, dalam hal ini adalah 3 (baik - cukup - kurang) (Sudjana, 2005:47).

Variabel orang/karyawan terdiri atas 5 pertanyaan. Setiap pertanyaan terdiri atas 5 alternatif jawaban yang diberi nilai. Nilai skor terbesar adalah 25, sedangkan skor terendah adalah 14. Untuk menentukan interval setiap kategori (3 kelas), maka dilakukan perhitungan sebagai berikut:

$$C = \frac{25 - 14}{3} = 3{,}67$$

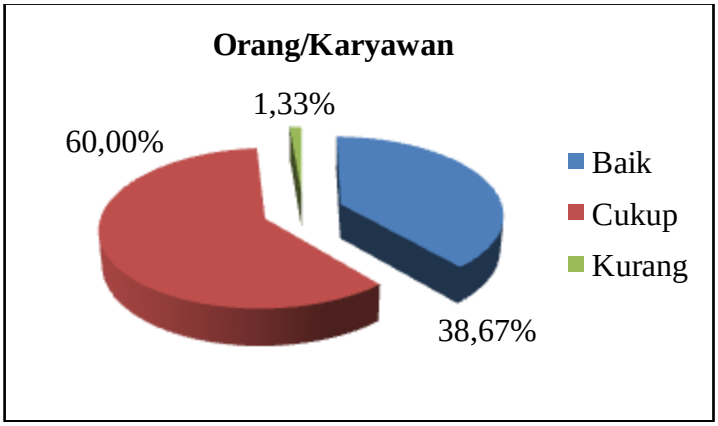
Dengan demikian, maka interval skor untuk menentukan masing-masing kategori variabel orang/karyawan adalah:

Jumlah skor 14,00 - 17,66 : Kurang

Jumlah skor 17,67 - 21,32 : Cukup

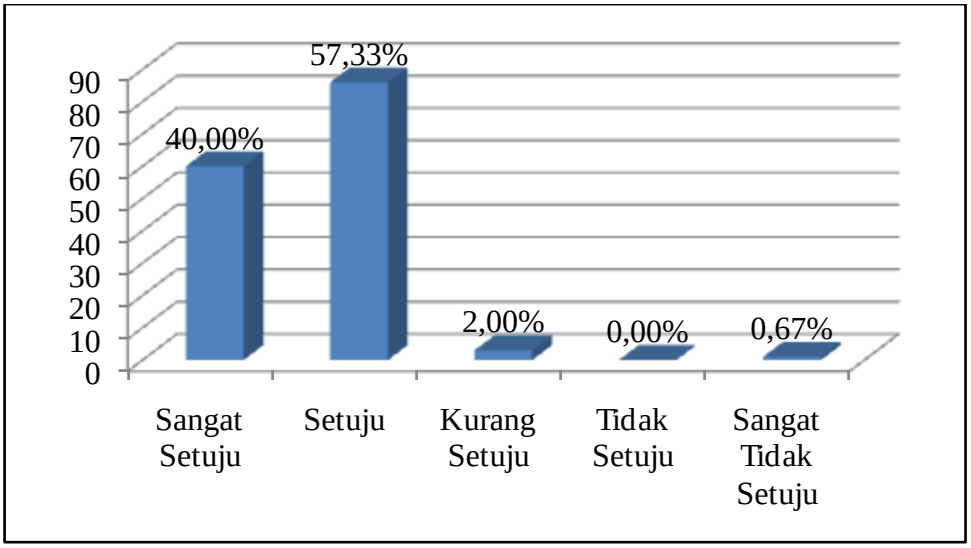
Jumlah skor 21,33 - 25,00 : Baik

Gambar 4.30
Frekuensi Tanggapan Responden
Berdasarkan Variabel Orang/Karyawan



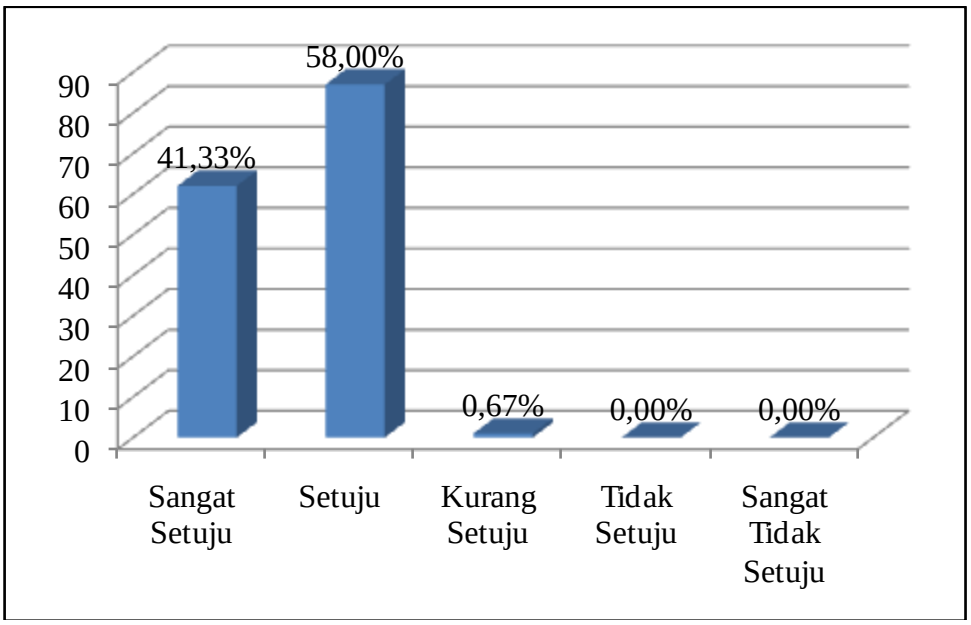
Gambar di atas merupakan tanggapan responden tentang variabel orang/karyawan. Mayoritas responden sebanyak 90 orang atau 60,00% termasuk dalam ketegori cukup, dan paling sedikit sebanyak 2 orang atau 1,33% termasuk dalam ketegori kurang. Secara detail, kondisi ini dapat dijelaskan melalui penyajian sebaran jawaban dari 150 responden untuk item-item pertanyaan variabel orang/karyawan sebagai berikut:

Gambar 4.31
Tanggapan Responden Atas Pertanyaan No 26



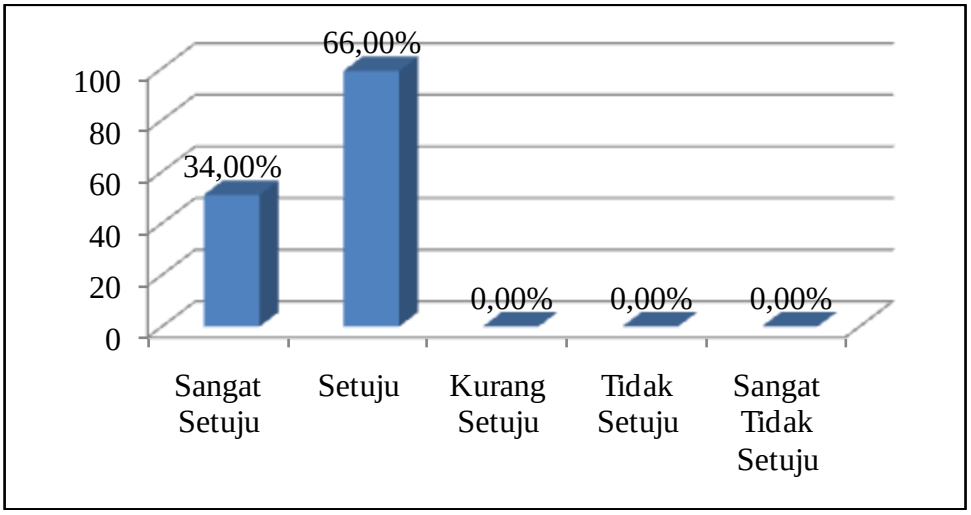
Berdasarkan gambar di atas, dapat diketahui gambaran pendapat responden mengenai pertanyaan tentang "Karyawan memberikan pelayanan yang memuaskan". Mayoritas responden menjawab setuju, yaitu sebanyak 86 orang atau 57,33%, sedangkan yang paling sedikit menyatakan sangat tidak setuju, yaitu sebanyak 1 orang atau 0,67%.

Gambar 4.32
Tanggapan Responden Atas Pertanyaan No 27



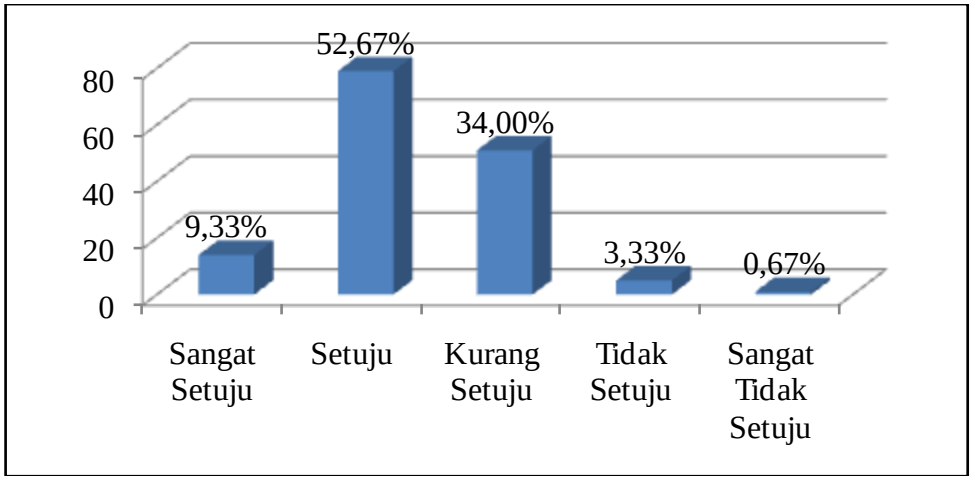
Berdasarkan gambar di atas, dapat diketahui gambaran pendapat responden mengenai pertanyaan tentang "Karyawan bekerja secara profesional". Mayoritas responden menjawab setuju, yaitu sebanyak 87 orang atau 58,00%, sedangkan yang paling sedikit menyatakan kurang setuju, yaitu sebanyak 1 orang atau 0,67%.

Gambar 4.33
Tanggapan Responden Atas Pertanyaan No 28



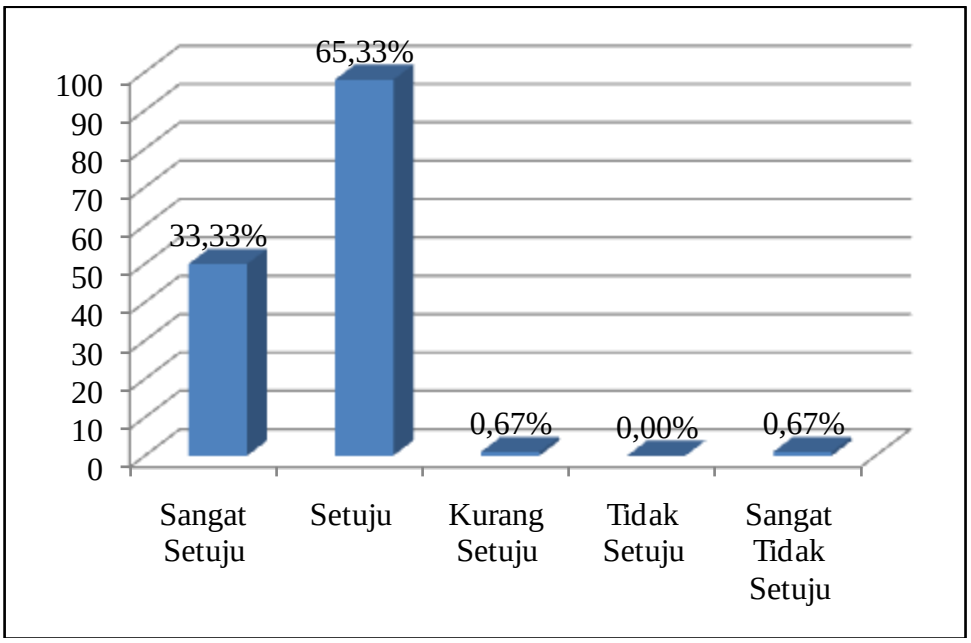
Berdasarkan gambar di atas, dapat diketahui gambaran pendapat responden mengenai pertanyaan tentang "Karyawan bersedia membantu konsumen terhadap pelayanan yang dikehendaki konsumen". Mayoritas responden menjawab setuju, yaitu sebanyak 99 orang atau 66,00%, sedangkan yang paling sedikit menyatakan sangat setuju, yaitu sebanyak 51 orang atau 34,00%.

Gambar 4.34
Tanggapan Responden Atas Pertanyaan No 29



Berdasarkan gambar di atas, dapat diketahui gambaran pendapat responden mengenai pertanyaan tentang "Karyawan berpakaian rapih dan sopan". Mayoritas responden menjawab setuju, yaitu sebanyak 79 orang atau 52,67%, sedangkan yang paling sedikit menyatakan sangat tidak setuju, yaitu sebanyak 1 orang atau 0,67%.

Gambar 4.35
Tanggapan Responden Atas Pertanyaan No 30



Berdasarkan gambar di atas, dapat diketahui gambaran pendapat responden mengenai pertanyaan tentang "Karyawan mengutamakan kepuasan konsumen". Mayoritas responden menjawab setuju, yaitu sebanyak 98 orang atau 65,33%, sedangkan yang paling sedikit menyatakan kurang setuju dan sangat tidak setuju, yaitu sebanyak 1 orang atau 0,67%.

4.1.3.6 Variabel Sarana Fisik

Untuk mengetahui bagaimana tanggapan responden tentang variabel sarana fisik, maka dilakukan pengkategorian dengan cara menjumlahkan skor 4 pertanyaan, kemudian dicari panjang interval setiap kelas dengan rumus sebagai berikut:

$$c = \frac{X_n - X_1}{k}$$

Keterangan:
c = panjang interval kelas
X_n = Nilai terbesar
X_1 = Nilai terkecil
k = banyaknya kelas, dalam hal ini adalah 3 (baik - cukup - kurang) (Sudjana, 2005:47).

Variabel sarana fisik terdiri atas 4 pertanyaan. Setiap pertanyaan terdiri atas 5 alternatif jawaban yang diberi nilai. Nilai skor terbesar adalah 20, sedangkan skor terendah adalah 8. Untuk menentukan interval setiap kategori (3 kelas), maka dilakukan perhitungan sebagai berikut:

$$C = \frac{20 - 8}{3} = 4{,}00$$

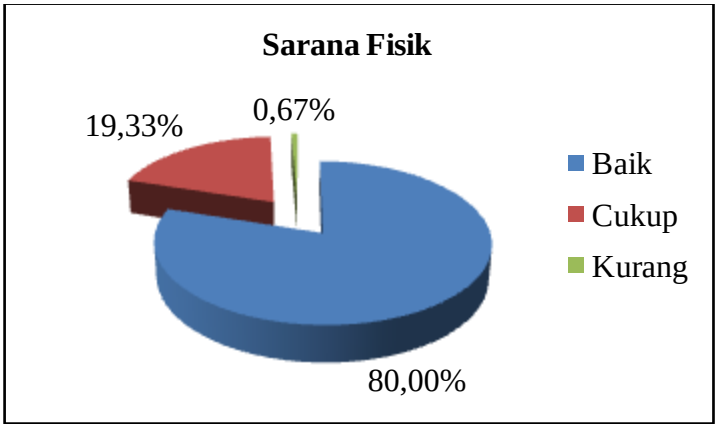
Dengan demikian, maka interval skor untuk menentukan masing-masing kategori variabel sarana fisik adalah:

Jumlah skor 8,00 - 11,99 : Kurang

Jumlah skor 12 - 15,99 : Cukup

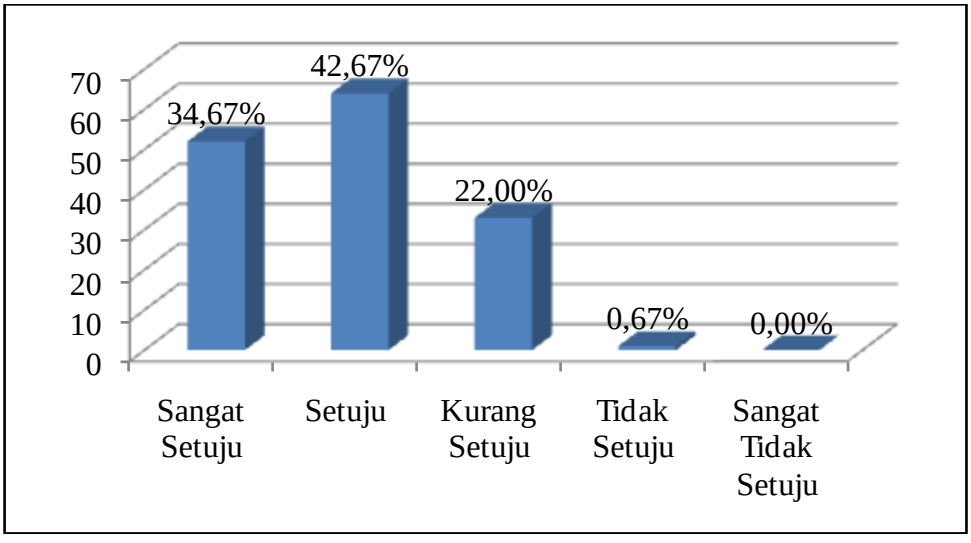
Jumlah skor 16 - 20,00 : Baik

Gambar 4.36
Frekuensi Tanggapan Responden
Berdasarkan Variabel Sarana Fisik



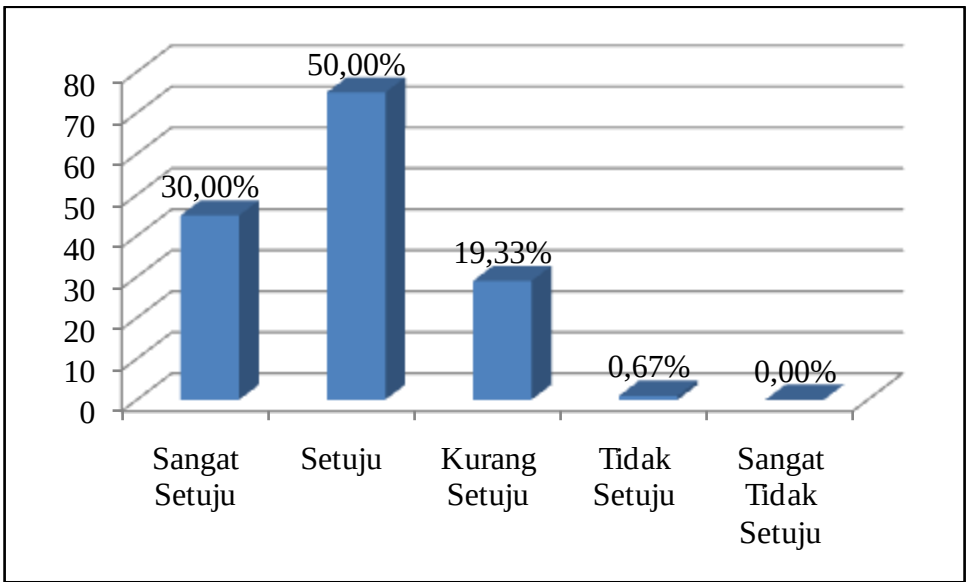
Gambar di atas merupakan tanggapan responden tentang variabel sarana fisik. Mayoritas responden sebanyak 120 orang atau 80,00% termasuk dalam ketegori baik, dan paling sedikit sebanyak 1 orang atau 0,67% termasuk dalam ketegori kurang. Secara detail, kondisi ini dapat dijelaskan melalui penyajian sebaran jawaban dari 150 responden untuk item-item pertanyaan variabel sarana fisik sebagai berikut:

Gambar 4.37
Tanggapan Responden Atas Pertanyaan No 31



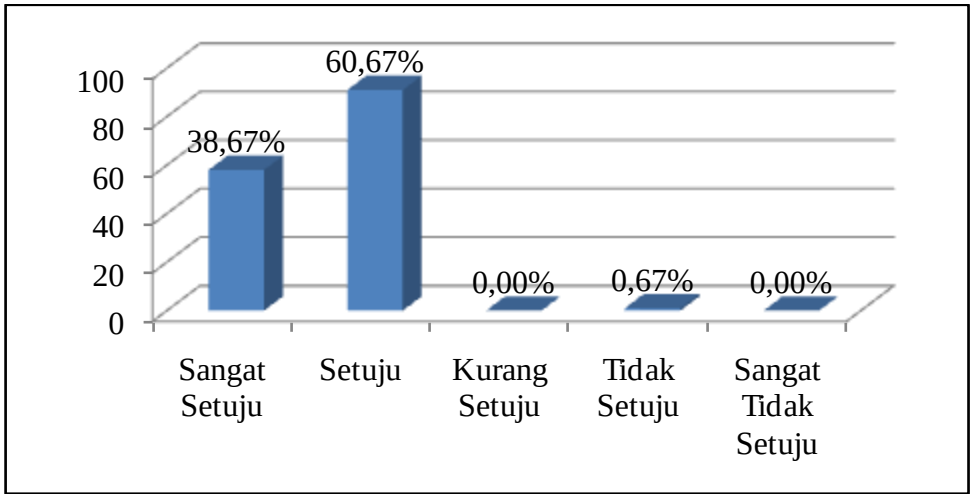
Berdasarkan gambar di atas, dapat diketahui gambaran pendapat responden mengenai pertanyaan tentang "Suasana kantor MM'S Trans bersih dan nyaman". Mayoritas responden menjawab setuju, yaitu sebanyak 64 orang atau 42,67%, sedangkan yang paling sedikit menyatakan tidak setuju, yaitu sebanyak 1 orang atau 0,67%.

Gambar 4.38
Tanggapan Responden Atas Pertanyaan No 32



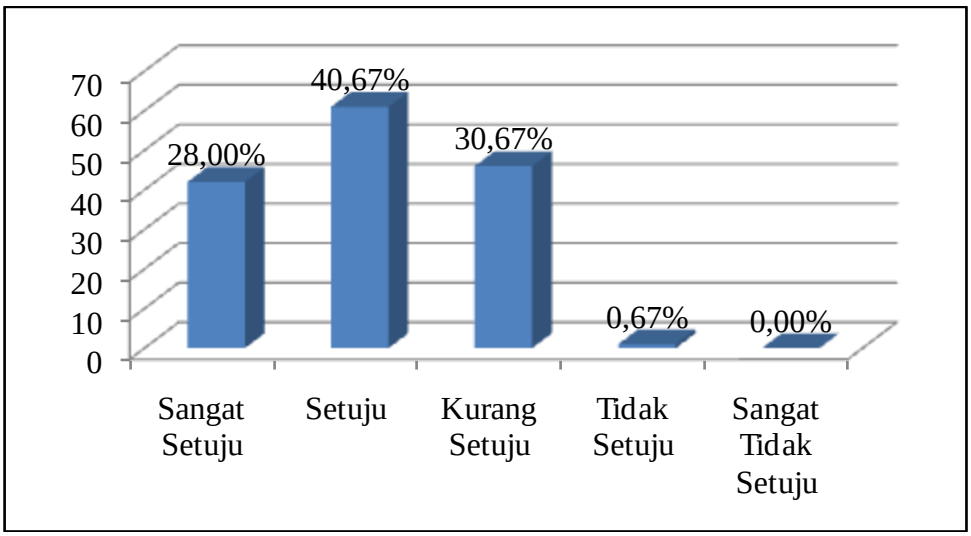
Berdasarkan gambar di atas, dapat diketahui gambaran pendapat responden mengenai pertanyaan tentang "Penataan interior kantor MM'S Trans baik dan rapih". Mayoritas responden menjawab setuju, yaitu sebanyak 75 orang atau 50,00%, sedangkan yang paling sedikit menyatakan tidak setuju, yaitu sebanyak 1 orang atau 0,67%.

Gambar 4.39
Tanggapan Responden Atas Pertanyaan No 33



Berdasarkan gambar di atas, dapat diketahui gambaran pendapat responden mengenai pertanyaan tentang "MM'S Trans memiliki fasilitas dan peralatan kantor yang memadai". Mayoritas responden menjawab setuju, yaitu sebanyak 91 orang atau 60,67%, sedangkan yang paling sedikit menyatakan tidak setuju, yaitu sebanyak 1 orang atau 0,67%.

Gambar 4.40
Tanggapan Responden Atas Pertanyaan No 34



Berdasarkan gambar di atas, dapat diketahui gambaran pendapat responden mengenai pertanyaan tentang "MM'S Trans memiliki lahan parkir yang luas & aman". Mayoritas responden menjawab setuju, yaitu sebanyak 61 orang atau 40,67%, sedangkan yang paling sedikit menyatakan tidak setuju, yaitu sebanyak 1 orang atau 0,67%.

4.1.3.7 Variabel Proses

Untuk mengetahui bagaimana tanggapan responden tentang variabel proses, maka dilakukan pengkategorian dengan cara menjumlahkan skor 4 pertanyaan, kemudian dicari panjang interval setiap kelas dengan rumus sebagai berikut:

$$c = \frac{X_n - X_1}{k}$$

Keterangan:
c = panjang interval kelas
X_n = Nilai terbesar
X_1 = Nilai terkecil
k = banyaknya kelas, dalam hal ini adalah 3 (baik - cukup - kurang) (Sudjana, 2005:47).

Variabel proses terdiri atas 4 pertanyaan. Setiap pertanyaan terdiri atas 5 alternatif jawaban yang diberi nilai. Nilai skor terbesar adalah 20, sedangkan skor terendah adalah 14. Untuk menentukan interval setiap kategori (3 kelas), maka dilakukan perhitungan sebagai berikut:

$$C = \frac{20 - 14}{3} = 2{,}00$$

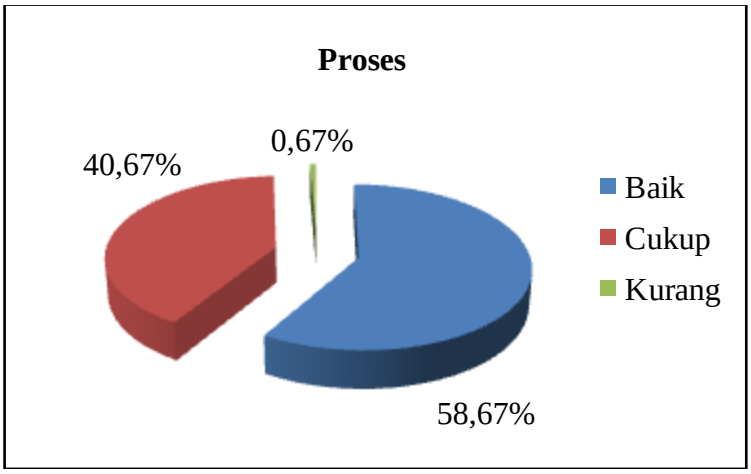
Dengan demikian, maka interval skor untuk menentukan masing-masing kategori variabel proses adalah:

Jumlah skor 14,00 - 15,99 : Kurang

Jumlah skor 16 - 17,99 : Cukup

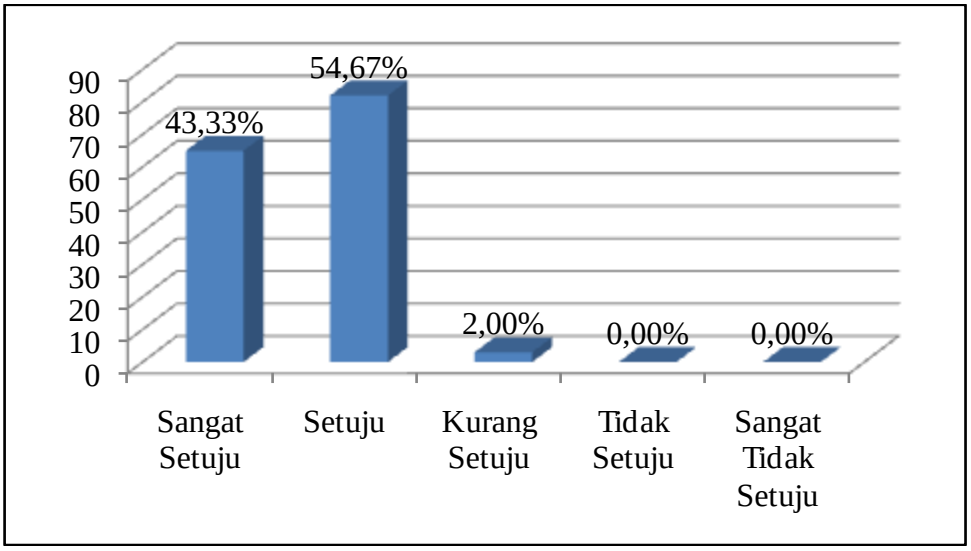
Jumlah skor 18 - 20,00 : Baik

Gambar 4.41
Frekuensi Tanggapan Responden
Berdasarkan Variabel Proses



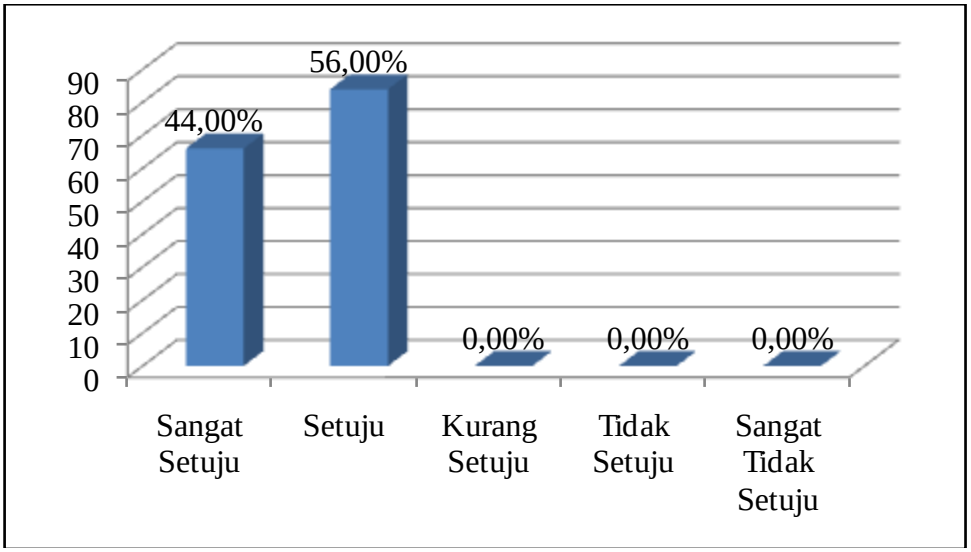
Gambar di atas merupakan tanggapan responden tentang variabel proses. Mayoritas responden sebanyak 88 orang atau 58,67% termasuk dalam ketegori baik, dan paling sedikit sebanyak 1 orang atau 0,67% termasuk dalam ketegori kurang. Secara detail, kondisi ini dapat dijelaskan melalui penyajian sebaran jawaban dari 150 responden untuk item-item pertanyaan variabel proses sebagai berikut:

Gambar 4.42
Tanggapan Responden Atas Pertanyaan No 35



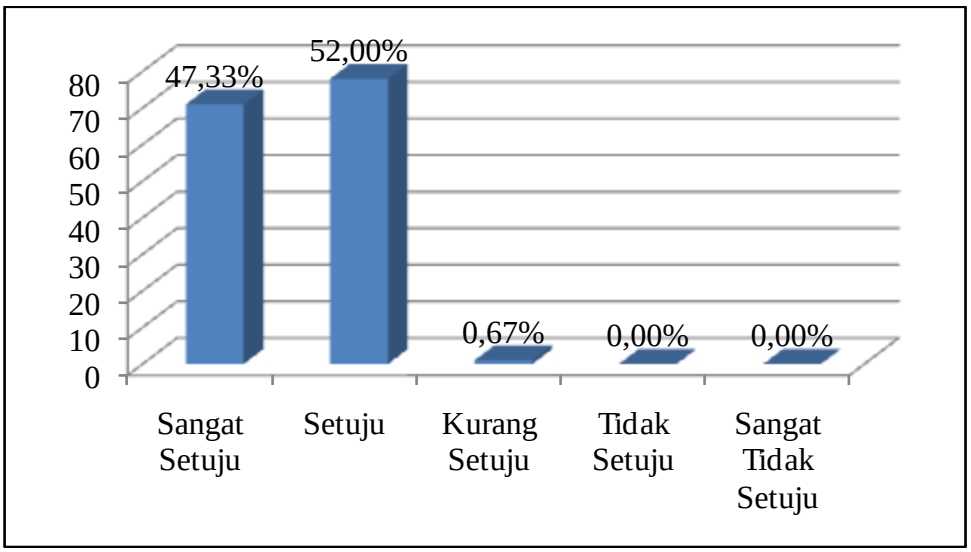
Berdasarkan gambar di atas, dapat diketahui gambaran pendapat responden mengenai pertanyaan tentang "Tepat waktu dalam bertransaksi". Mayoritas responden menjawab setuju, yaitu sebanyak 82 orang atau 54,67%, sedangkan yang paling sedikit menyatakan kurang setuju, yaitu sebanyak 3 orang atau 2,00%.

Gambar 4.43
Tanggapan Responden Atas Pertanyaan No 36



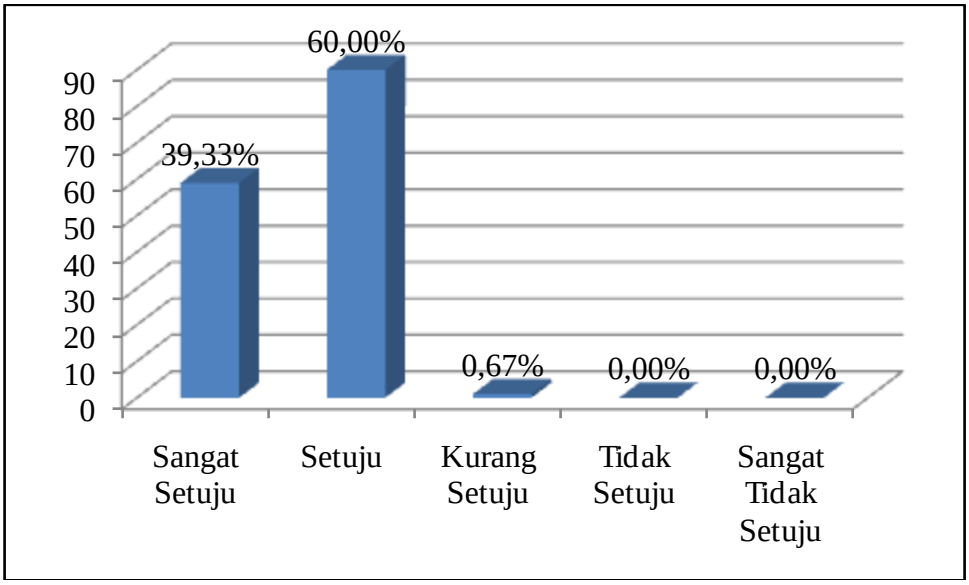
Berdasarkan gambar di atas, dapat diketahui gambaran pendapat responden mengenai pertanyaan tentang "Proses transaksi yang cepat, sederhana dan mudah dipahami". Mayoritas responden menjawab setuju, yaitu sebanyak 84 orang atau 56,00%, sedangkan yang paling sedikit menyatakan sangat setuju, yaitu sebanyak 66 orang atau 44,00%.

Gambar 4.44
Tanggapan Responden Atas Pertanyaan No 37



Berdasarkan gambar di atas, dapat diketahui gambaran pendapat responden mengenai pertanyaan tentang "Prosedur dan syarat yang mudah dalam bertransaksi". Mayoritas responden menjawab setuju, yaitu sebanyak 78 orang atau 52,00%, sedangkan yang paling sedikit menyatakan kurang setuju, yaitu sebanyak 1 orang atau 0,67%.

Gambar 4.45
Tanggapan Responden Atas Pertanyaan No 38



Berdasarkan gambar di atas, dapat diketahui gambaran pendapat responden mengenai pertanyaan tentang "Cepat dan tepat dalam proses pelayanan serta menangani keluhan konsumen". Mayoritas responden menjawab setuju, yaitu sebanyak 90 orang atau 60,00%, sedangkan yang paling sedikit menyatakan kurang setuju, yaitu sebanyak 1 orang atau 0,67%.

4.1.3.8 Variabel Keandalan (Harapan Konsumen)

Untuk mengetahui bagaimana tanggapan responden tentang variabel keandalan, maka dilakukan pengkategorian dengan cara menjumlahkan skor 4 pertanyaan, kemudian dicari panjang interval setiap kelas dengan rumus sebagai berikut:

$$c = \frac{X_n - X_1}{k}$$

Keterangan:
c = panjang interval kelas
X_n = Nilai terbesar
X_1 = Nilai terkecil
k = banyaknya kelas, dalam hal ini adalah 3 (baik - cukup - kurang)
(Sudjana, 2005:47).

Variabel keandalan terdiri atas 4 pertanyaan. Setiap pertanyaan terdiri atas 5 alternatif jawaban yang diberi nilai. Nilai skor terbesar adalah 20, sedangkan skor terendah adalah 14. Untuk menentukan interval setiap kategori (3 kelas), maka dilakukan perhitungan berikut:

$$C = \frac{20 - 14}{3} = 2{,}00$$

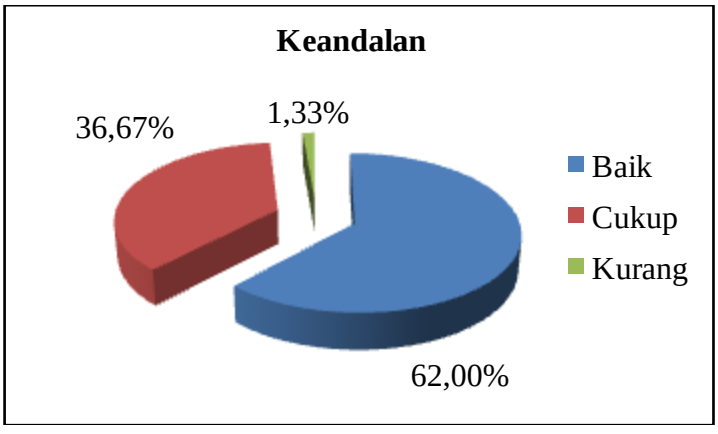
Dengan demikian, maka interval skor untuk menentukan masing-masing kategori variabel keandalan adalah:

Jumlah skor 14,00 - 15,99 : Kurang

Jumlah skor 16 - 17,99 : Cukup

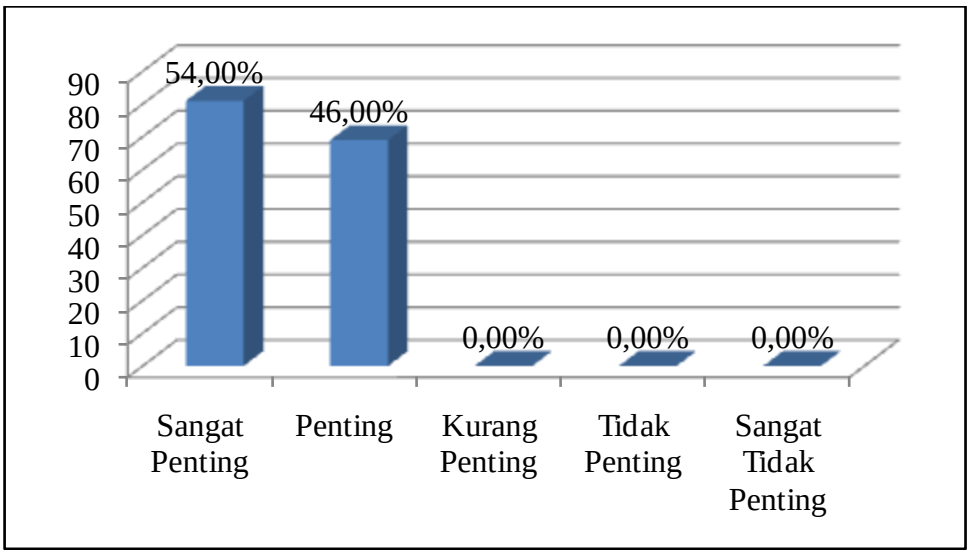
Jumlah skor 18 - 20,00 : Baik

Gambar 4.46
Frekuensi Tanggapan Responden
Berdasarkan Variabel Keandalan (Harapan Konsumen)



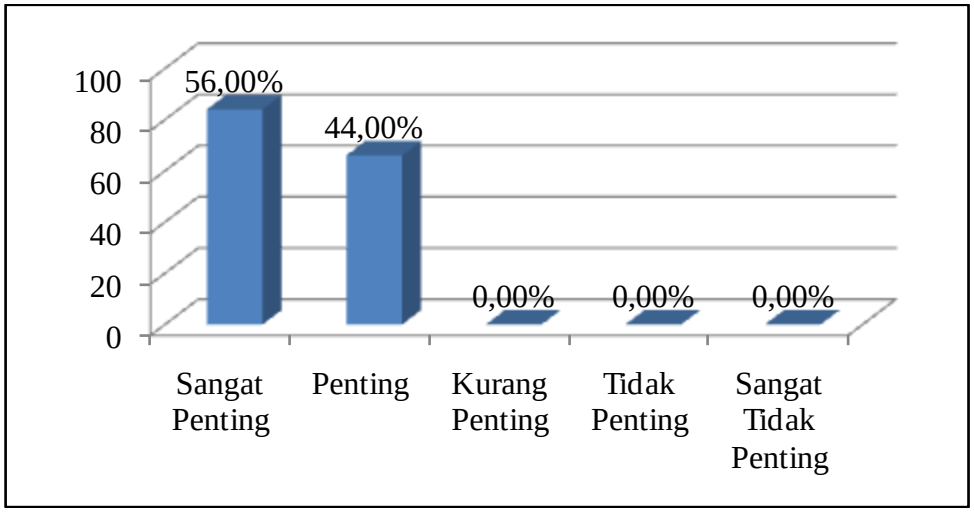
Gambar di atas merupakan tanggapan responden tentang variabel keandalan. Mayoritas responden sebanyak 93 orang atau 62,00% termasuk dalam ketegori baik, dan paling sedikit sebanyak 2 orang atau 1,33% termasuk dalam ketegori kurang. Secara detail, kondisi ini dapat dijelaskan melalui penyajian sebaran jawaban dari 150 responden untuk item-item pertanyaan variabel keandalan sebagai berikut:

Gambar 4.47
Tanggapan Responden Atas Pertanyaan No 39 (Harapan Konsumen)



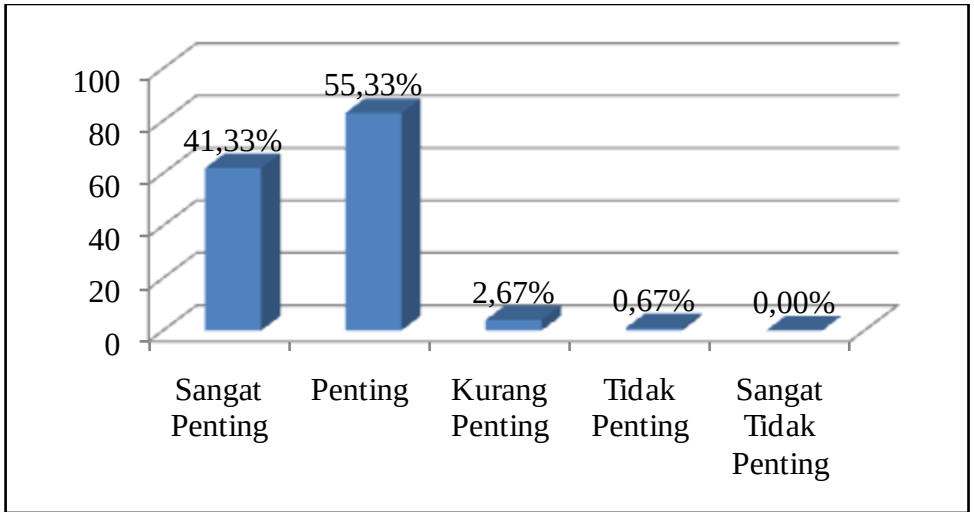
Berdasarkan gambar di atas, dapat diketahui gambaran pendapat responden mengenai pertanyaan tentang "Kemampuan perusahaan dalam memberikan jasa secara akurat sesuai dengan yang dijanjikan". Mayoritas responden menjawab sangat penting, yaitu sebanyak 81 orang atau 54,00%, sedangkan yang paling sedikit menyatakan penting, yaitu sebanyak 69 orang atau 46,00%.

Gambar 4.48
Tanggapan Responden Atas Pertanyaan No 40 (Harapan Konsumen)



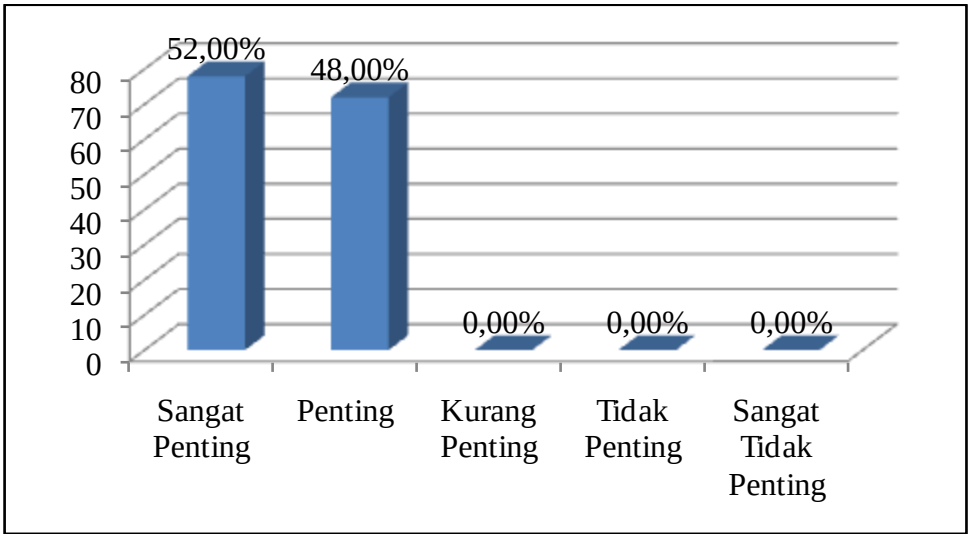
Berdasarkan gambar di atas, dapat diketahui gambaran pendapat responden mengenai pertanyaan tentang "Memberikan informasi yang tepat dan akurat dalam bertransaksi". Mayoritas responden menjawab sangat penting, yaitu sebanyak 84 orang atau 56,00%, sedangkan yang paling sedikit menyatakan penting, yaitu sebanyak 66 orang atau 44,00%.

Gambar 4.49
Tanggapan Responden Atas Pertanyaan No 41 (Harapan Konsumen)



Berdasarkan gambar di atas, dapat diketahui gambaran pendapat responden mengenai pertanyaan tentang "Keandalan dan profesionalisme dalam memberikan pelayanan". Mayoritas responden menjawab penting, yaitu sebanyak 83 orang atau 55,33%, sedangkan yang paling sedikit menyatakan tidak penting, yaitu sebanyak 1 orang atau 0,67%.

Gambar 4.50
Tanggapan Responden Atas Pertanyaan No 42 (Harapan Konsumen)



Berdasarkan gambar di atas, dapat diketahui gambaran pendapat responden mengenai pertanyaan tentang "Kemudahan pemesanan, persyaratan, dan prosedur yang tidak berbelit-belit". Mayoritas responden menjawab sangat penting, yaitu sebanyak 78 orang atau 52,00%, sedangkan yang paling sedikit menyatakan penting, yaitu sebanyak 72 orang atau 48,00%.

4.1.3.9 Variabel Ketanggapan (Harapan Konsumen)

Untuk mengetahui bagaimana tanggapan responden tentang variabel ketanggapan, maka dilakukan pengkategorian dengan cara menjumlahkan skor 3 pertanyaan, kemudian dicari panjang interval setiap kelas dengan rumus sebagai berikut:

$$c = \frac{X_n - X_1}{k}$$

Keterangan:
c = panjang interval kelas
X_n = Nilai terbesar
X_1 = Nilai terkecil
k = banyaknya kelas, dalam hal ini adalah 3 (baik - cukup - kurang) (Sudjana, 2005:47).

Variabel ketanggapan terdiri atas 3 pertanyaan. Setiap pertanyaan terdiri atas 5 alternatif jawaban yang diberi nilai. Nilai skor terbesar adalah 15, sedangkan skor terendah adalah 9. Untuk menentukan interval setiap kategori (3 kelas), maka dilakukan perhitungan berikut:

$$C = \frac{15 - 9}{3} = 2{,}00$$

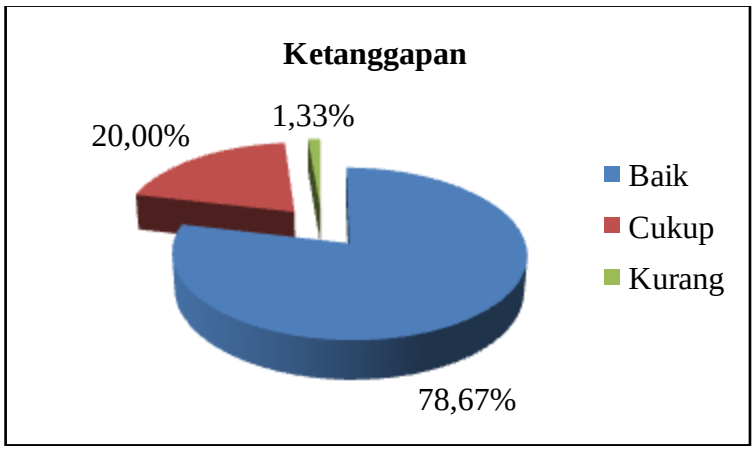
Dengan demikian, maka interval skor untuk menentukan masing-masing kategori variabel ketanggapan adalah:

Jumlah skor 9 – 10,99 : Kurang

Jumlah skor 11 – 12,99 : Cukup

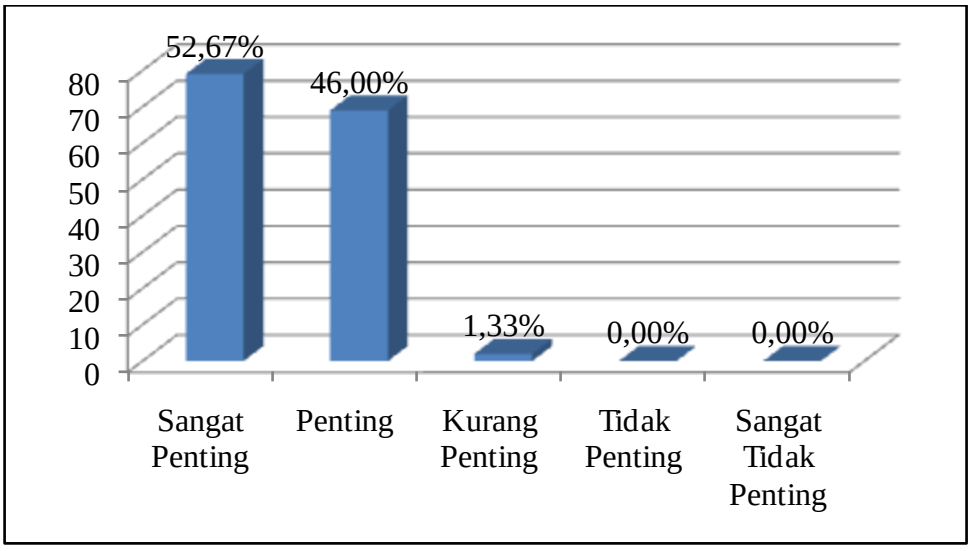
Jumlah skor 13 – 15 : Baik

Gambar 4.51
Frekuensi Tanggapan Responden
Berdasarkan Variabel Ketanggapan (Harapan Konsumen)



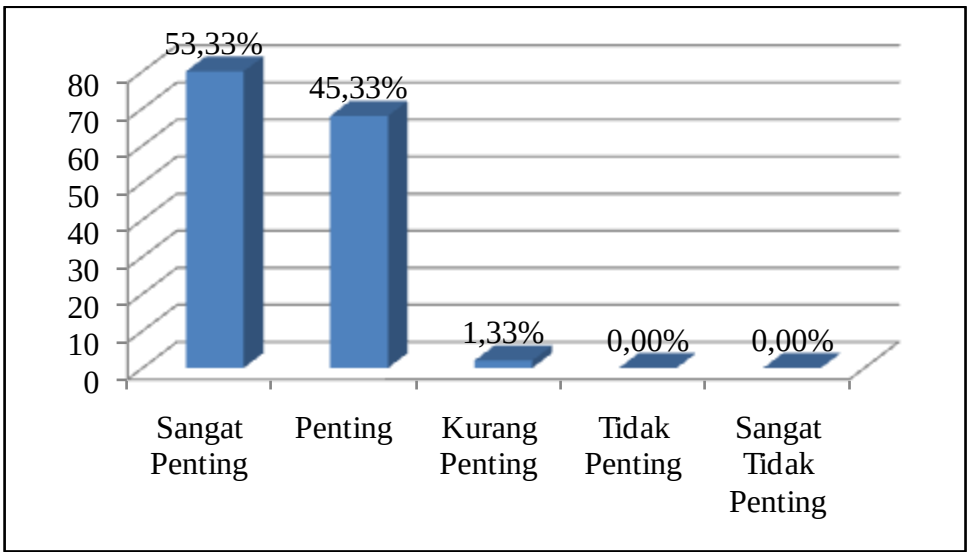
Gambar di atas merupakan tanggapan responden tentang variabel ketanggapan. Mayoritas responden sebanyak 118 orang atau 78,67% termasuk dalam ketegori baik, dan paling sedikit sebanyak 2 orang atau 1,33% termasuk dalam ketegori kurang. Secara detail, kondisi ini dapat dijelaskan melalui penyajian sebaran jawaban dari 150 responden untuk item-item pertanyaan variabel ketanggapan sebagai berikut:

Gambar 4.52
Tanggapan Responden Atas Pertanyaan No 44 (Harapan Konsumen)



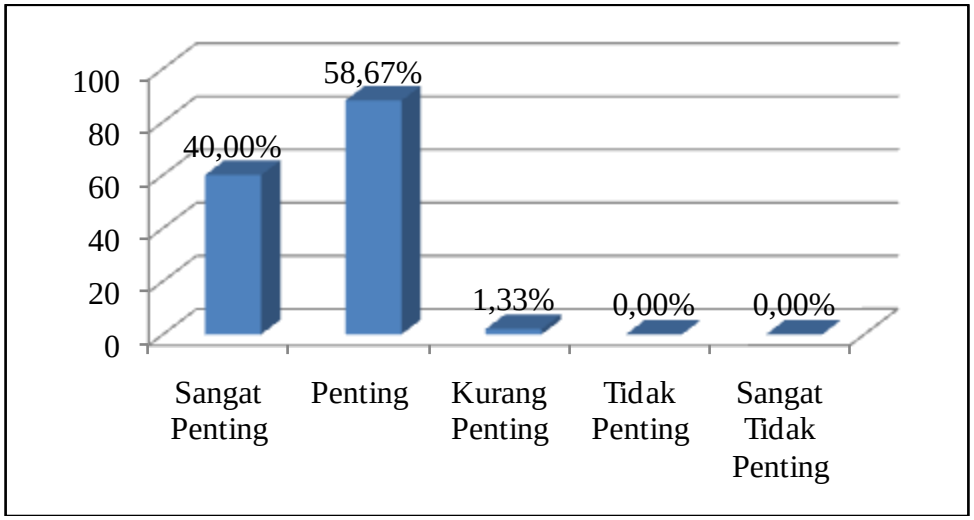
Berdasarkan gambar di atas, dapat diketahui gambaran pendapat responden mengenai pertanyaan tentang "Kecepatan dalam menanggapi keluhan konsumen". Mayoritas responden menjawab sangat penting, yaitu sebanyak 79 orang atau 52,67%, sedangkan yang paling sedikit menyatakan kurang penting, yaitu sebanyak 2 orang atau 1,33%.

Gambar 4.53
Tanggapan Responden Atas Pertanyaan No 45 (Harapan Konsumen)



Berdasarkan gambar di atas, dapat diketahui gambaran pendapat responden mengenai pertanyaan tentang "Kesigapan dalam menghadapi masalah yang timbul". Mayoritas responden menjawab sangat penting, yaitu sebanyak 80 orang atau 53,33%, sedangkan yang paling sedikit menyatakan kurang penting, yaitu sebanyak 2 orang atau 1,33%.

Gambar 4.54
Tanggapan Responden Atas Pertanyaan No 46 (Harapan Konsumen)



Berdasarkan gambar di atas, dapat diketahui gambaran pendapat responden mengenai pertanyaan tentang "Memberikan solusi dengan baik dari permasalahan yang dihadapi konsumen". Mayoritas responden menjawab penting, yaitu sebanyak 88 orang atau 58,67%, sedangkan yang paling sedikit menyatakan kurang penting, yaitu sebanyak 2 orang atau 1,33%.

4.1.3.10 Variabel Jaminan (Harapan Konsumen)

Untuk mengetahui bagaimana tanggapan responden tentang variabel jaminan, maka dilakukan pengkategorian dengan cara menjumlahkan skor 3 pertanyaan, kemudian dicari panjang interval setiap kelas dengan rumus sebagai berikut:

$$c = \frac{X_n - X_1}{k}$$

Keterangan:
c = panjang interval kelas
X_n = Nilai terbesar
X_1 = Nilai terkecil
k = banyaknya kelas, dalam hal ini adalah 3 (baik - cukup - kurang)
(Sudjana, 2005:47).

Variabel jaminan terdiri atas 3 pertanyaan. Setiap pertanyaan terdiri atas 5 alternatif jawaban yang diberi nilai. Nilai skor terbesar adalah 15, sedangkan skor terendah adalah 11. Untuk menentukan interval setiap kategori (3 kelas), maka dilakukan perhitungan berikut:

$$C = \frac{15 - 11}{3} = 1{,}33$$

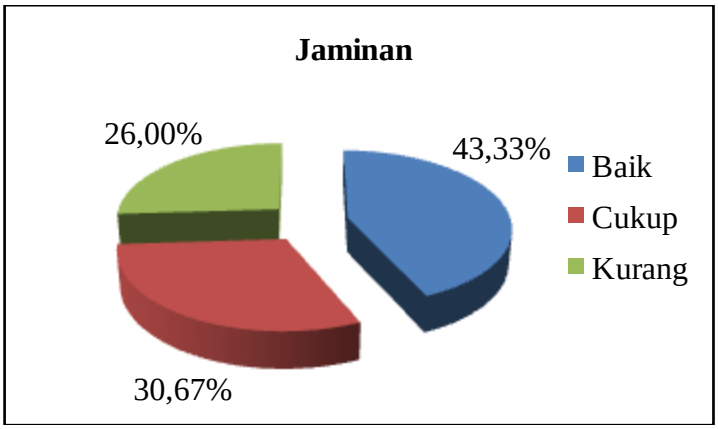
Dengan demikian, maka interval skor untuk menentukan masing-masing kategori variabel jaminan adalah:

Jumlah skor 11,00 - 12,32 : Kurang

Jumlah skor 12,33 - 13,66 : Cukup

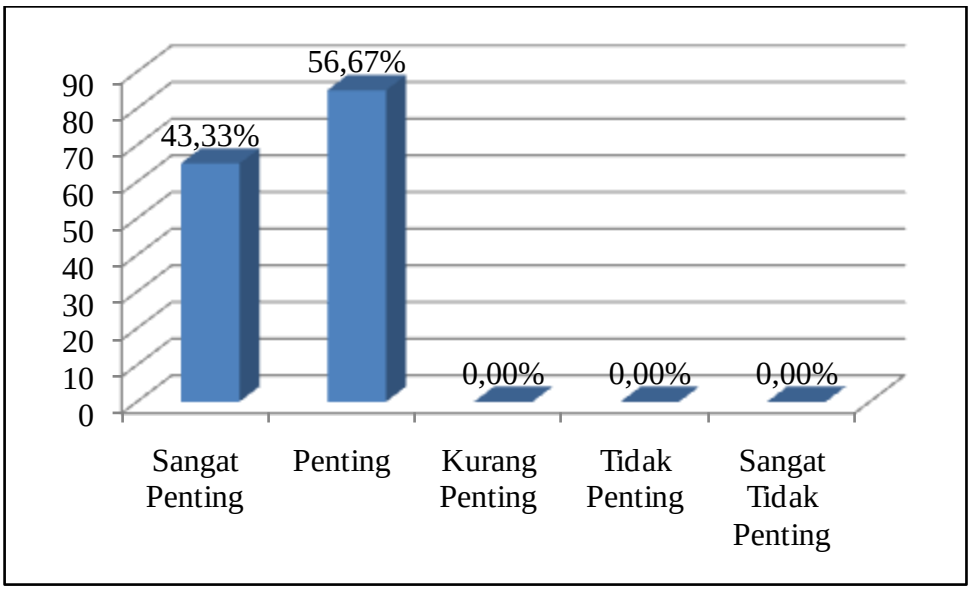
Jumlah skor 13,67 - 15,00 : Baik

Gambar 4.55
Frekuensi Tanggapan Responden
Berdasarkan Variabel Jaminan (Harapan Konsumen)



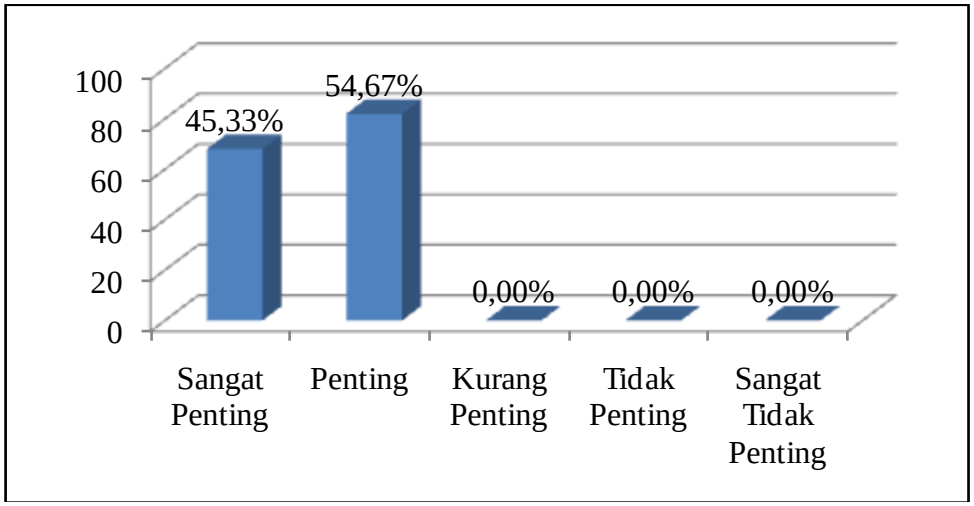
Gambar di atas merupakan tanggapan responden tentang variabel jaminan. Mayoritas responden sebanyak 65 orang atau 43,33% termasuk dalam ketegori baik, dan paling sedikit sebanyak 39 orang atau 26,00% termasuk dalam ketegori kurang. Secara detail, kondisi ini dapat dijelaskan melalui penyajian sebaran jawaban dari 150 responden untuk item-item pertanyaan variabel jaminan sebagai berikut:

Gambar 4.56
Tanggapan Responden Atas Pertanyaan No 47 (Harapan Konsumen)



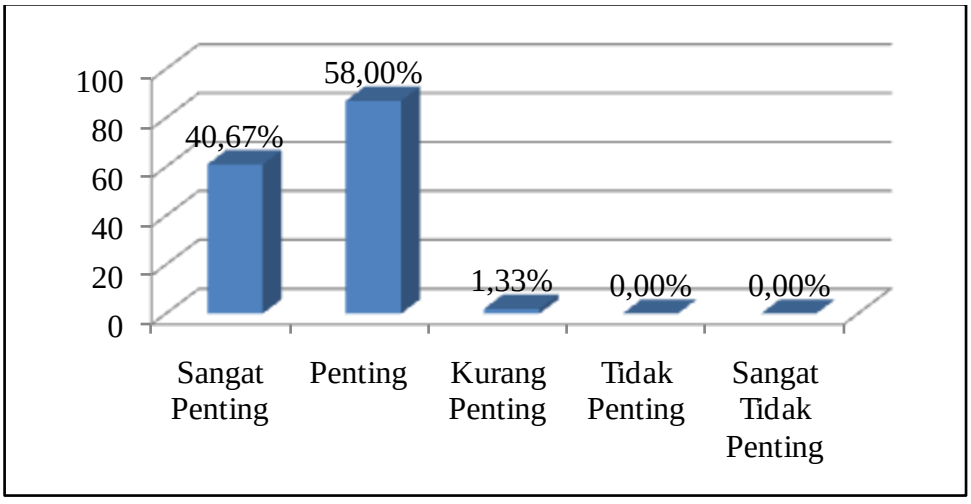
Berdasarkan gambar di atas, dapat diketahui gambaran pendapat responden mengenai pertanyaan tentang "Keamanan dan kepercayaan konsumen dalam menggunakan jasa sewa mobil pada MM'S Trans". Mayoritas responden menjawab penting, yaitu sebanyak 85 orang atau 56,67%, sedangkan yang paling sedikit menyatakan sangat penting, yaitu sebanyak 65 orang atau 43,33%.

Gambar 4.57
Tanggapan Responden Atas Pertanyaan No 48 (Harapan Konsumen)



Berdasarkan gambar di atas, dapat diketahui gambaran pendapat responden mengenai pertanyaan tentang "Pengetahuan dan keterampilan karyawan dalam melayani konsumen dengan rasa percaya diri". Mayoritas responden menjawab penting, yaitu sebanyak 82 orang atau 54,67%, sedangkan yang paling sedikit menyatakan sangat penting, yaitu sebanyak 68 orang atau 45,33%.

Gambar 4.58
Tanggapan Responden Atas Pertanyaan No 49 (Harapan Konsumen)



Berdasarkan gambar di atas, dapat diketahui gambaran pendapat responden mengenai pertanyaan tentang "Reputasi baik MM'S Trans sebagai perusahaan jasa sewa mobil". Mayoritas responden menjawab penting, yaitu sebanyak 87 orang atau 58,00%, sedangkan yang paling sedikit menyatakan kurang penting, yaitu sebanyak 2 orang atau 1,33%.

4.1.3.11 Variabel Perhatian (Harapan Konsumen)

Untuk mengetahui bagaimana tanggapan responden tentang variabel perhatian, maka dilakukan pengkategorian dengan cara menjumlahkan skor 3 pertanyaan, kemudian dicari panjang interval setiap kelas dengan rumus sebagai berikut:

$$c = \frac{X_n - X_1}{k}$$

Keterangan:
c = panjang interval kelas
X_n = Nilai terbesar
X_1 = Nilai terkecil
k = banyaknya kelas, dalam hal ini adalah 3 (baik - cukup - kurang)
(Sudjana, 2005:47).

Variabel perhatian terdiri atas 3 pertanyaan. Setiap pertanyaan terdiri atas 5 alternatif jawaban yang diberi nilai. Nilai skor terbesar adalah 15, sedangkan skor terendah adalah 12. Untuk menentukan interval setiap kategori (3 kelas), maka dilakukan perhitungan berikut:

$$C = \frac{15 - 12}{3} = 1{,}00$$

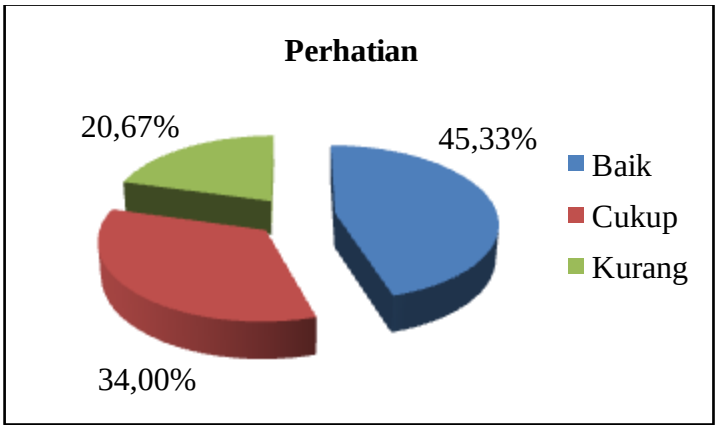
Dengan demikian, maka interval skor untuk menentukan masing-masing kategori variabel perhatian adalah:

Jumlah skor 12,00 - 12,99 : Kurang

Jumlah skor 13 - 13,99 : Cukup

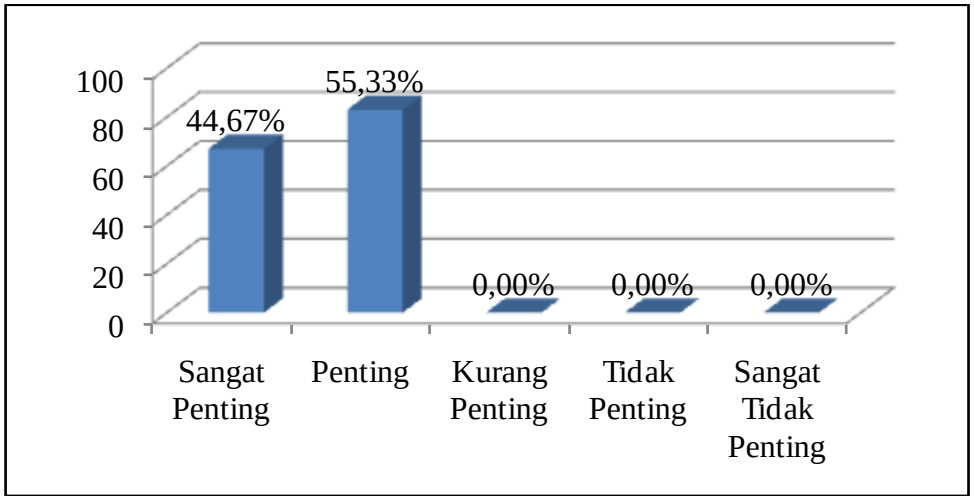
Jumlah skor 14 - 15,00 : Baik

Gambar 4.59
Frekuensi Tanggapan Responden
Berdasarkan Variabel Perhatian (Harapan Konsumen)



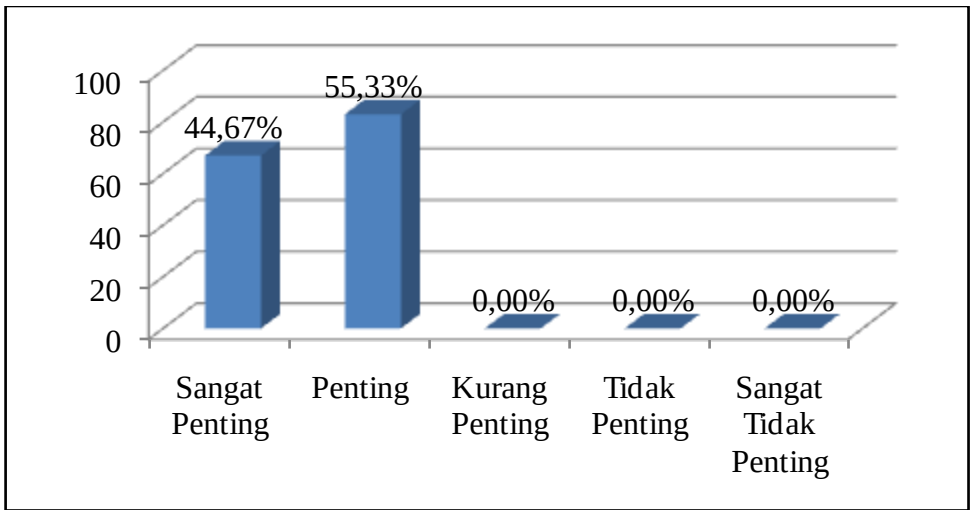
Gambar di atas merupakan tanggapan responden tentang variabel perhatian. Mayoritas responden sebanyak 68 orang atau 45,33% termasuk dalam ketegori baik, dan paling sedikit sebanyak 31 orang atau 20,67% termasuk dalam ketegori kurang. Secara detail, kondisi ini dapat dijelaskan melalui penyajian sebaran jawaban dari 150 responden untuk item-item pertanyaan variabel perhatian sebagai berikut:

Gambar 4.60
Tanggapan Responden Atas Pertanyaan No 50 (Harapan Konsumen)



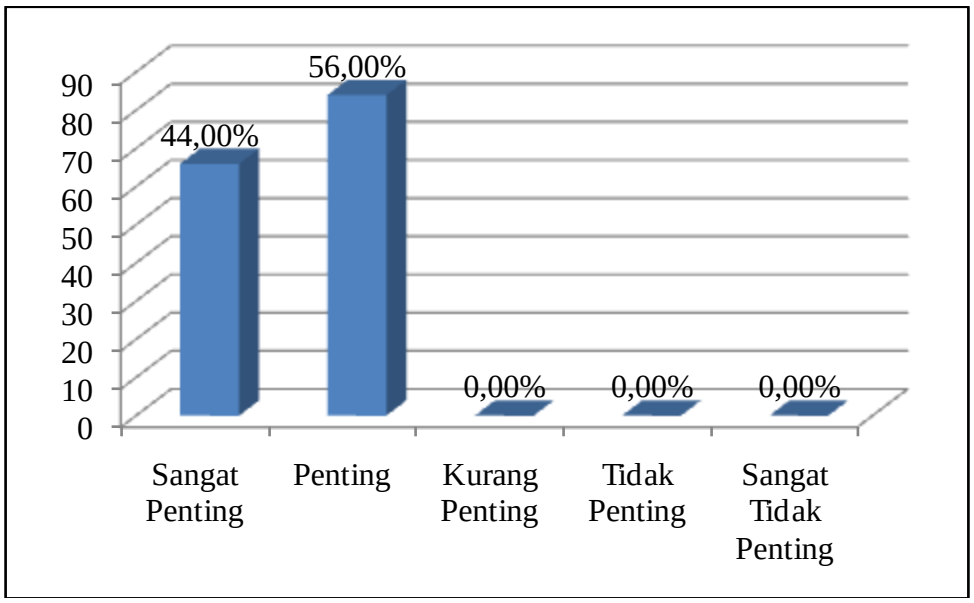
Berdasarkan gambar di atas, dapat diketahui gambaran pendapat responden mengenai pertanyaan tentang "Karyawan memiliki perhatian dan pemahaman yang baik terhadap konsumen". Mayoritas responden menjawab penting, yaitu sebanyak 83 orang atau 55,33%, sedangkan yang paling sedikit menyatakan sangat penting, yaitu sebanyak 67 orang atau 44,67%.

Gambar 4.61
Tanggapan Responden Atas Pertanyaan No 51 (Harapan Konsumen)



Berdasarkan gambar di atas, dapat diketahui gambaran pendapat responden mengenai pertanyaan tentang "Tingkat kepedulian karyawan terhadap konsumen". Mayoritas responden menjawab penting, yaitu sebanyak 83 orang atau 55,33%, sedangkan yang paling sedikit menyatakan sangat penting, yaitu sebanyak 67 orang atau 44,67%.

Gambar 4.62
Tanggapan Responden Atas Pertanyaan No 52 (Harapan Konsumen)



Berdasarkan gambar di atas, dapat diketahui gambaran pendapat responden mengenai pertanyaan tentang "Sikap dan keramahan karyawan dalam melayani konsumen". Mayoritas responden menjawab penting, yaitu sebanyak 84 orang atau 56,00%, sedangkan yang paling sedikit menyatakan sangat penting, yaitu sebanyak 66 orang atau 44,00%.

4.1.3.12 Variabel Berwujud (Harapan Konsumen)

Untuk mengetahui bagaimana tanggapan responden tentang variabel berwujud, maka dilakukan pengkategorian dengan cara menjumlahkan skor 4 pertanyaan, kemudian dicari panjang interval setiap kelas dengan rumus sebagai berikut:

$$c = \frac{X_n - X_1}{k}$$

Keterangan:
c = panjang interval kelas
X_n = Nilai terbesar
X_1 = Nilai terkecil
k = banyaknya kelas, dalam hal ini adalah 3 (baik - cukup - kurang) (Sudjana, 2005:47).

Variabel berwujud terdiri atas 4 pertanyaan. Setiap pertanyaan terdiri atas 5 alternatif jawaban yang diberi nilai. Nilai skor terbesar adalah 20, sedangkan skor terendah adalah 14. Untuk menentukan interval setiap kategori (3 kelas), maka dilakukan perhitungan berikut:

$$C = \frac{20 - 14}{3} = 2{,}00$$

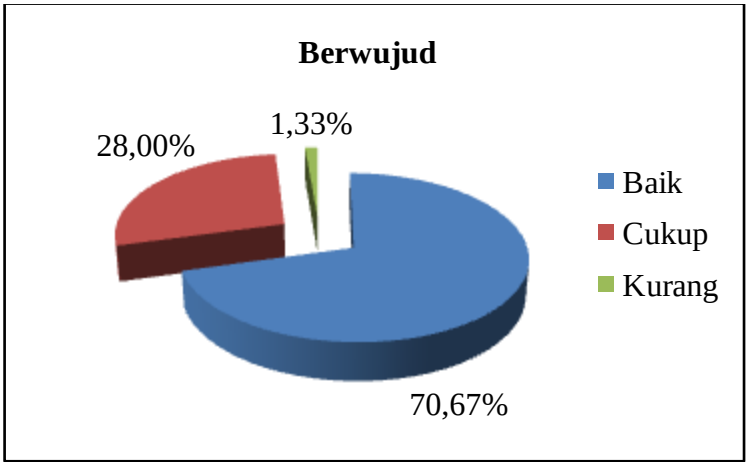
Dengan demikian, maka interval skor untuk menentukan masing-masing kategori variabel berwujud sebagai berikut:

Jumlah skor 14,00 - 15,99 : Kurang

Jumlah skor 16 - 17,99 : Cukup

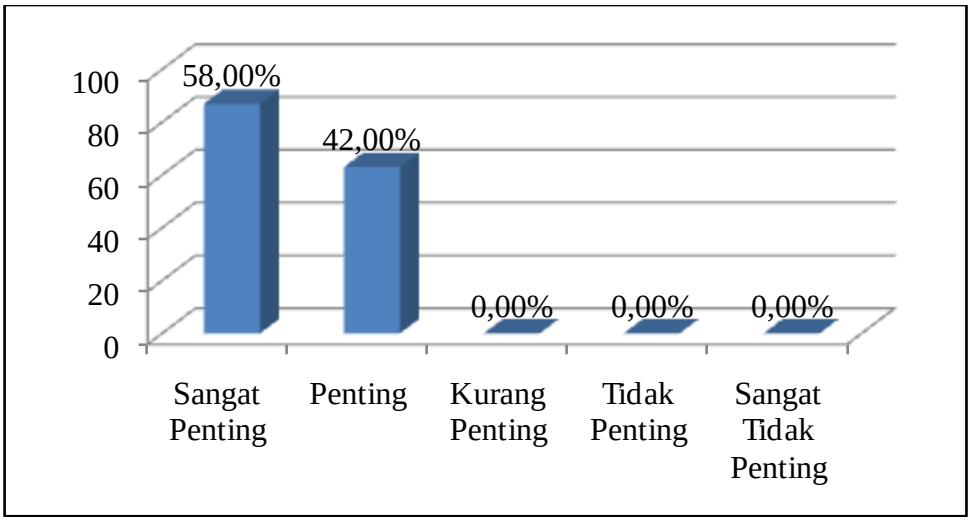
Jumlah skor 18 - 20,00 : Baik

Gambar 4.63
Frekuensi Tanggapan Responden
Berdasarkan Variabel Berwujud (Harapan Konsumen)



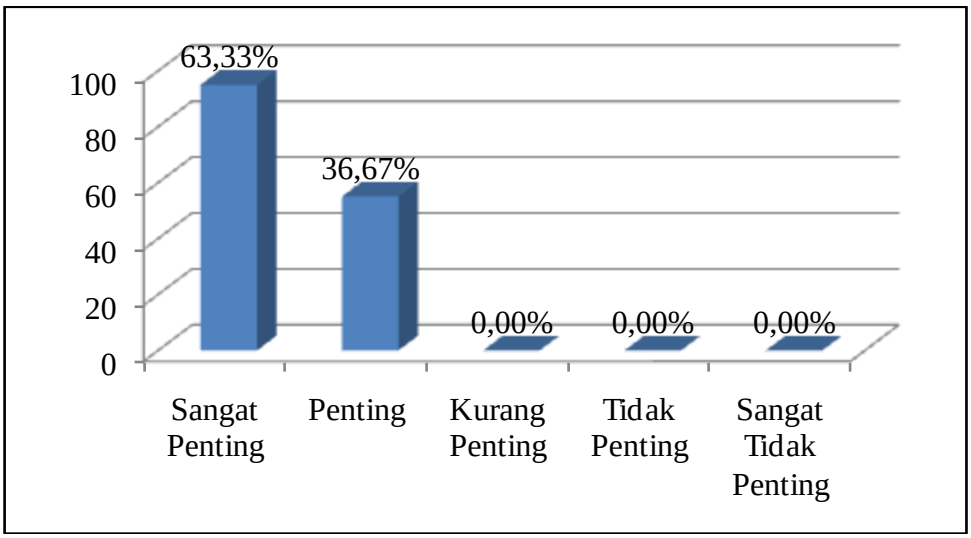
Gambar di atas merupakan tanggapan responden tentang variabel Berwujud. Mayoritas responden sebanyak 106 orang atau 70,67% termasuk dalam ketegori baik, dan paling sedikit sebanyak 2 orang atau 1,33% termasuk dalam ketegori kurang. Secara detail, kondisi ini dapat dijelaskan melalui penyajian sebaran jawaban dari 150 responden untuk item-item pertanyaan variabel berwujud sebagai berikut:

Gambar 4.64
Tanggapan Responden Atas Pertanyaan No 54 (Harapan Konsumen)



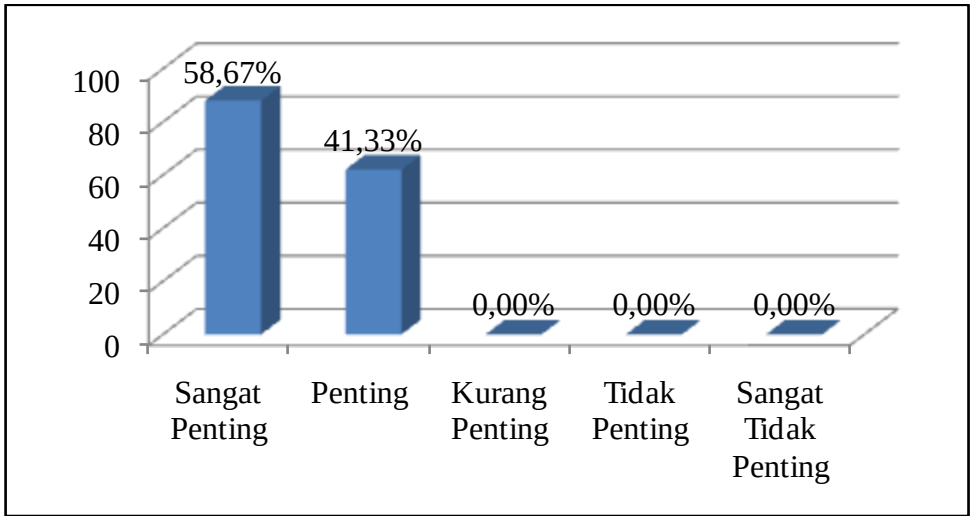
Berdasarkan gambar di atas, dapat diketahui gambaran pendapat responden mengenai pertanyaan tentang "Kondisi kendaraan yang bersih dan terawat". Mayoritas responden menjawab sangat penting, yaitu sebanyak 87 orang atau 58,00%, sedangkan yang paling sedikit menyatakan penting, yaitu sebanyak 63 orang atau 42,00%.

Gambar 4.65
Tanggapan Responden Atas Pertanyaan No 55 (Harapan Konsumen)



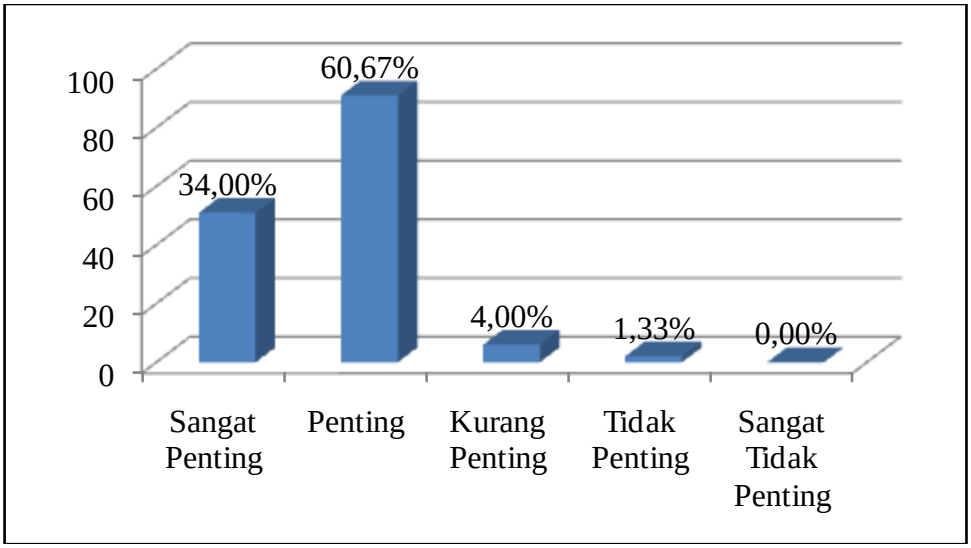
Berdasarkan gambar di atas, dapat diketahui gambaran pendapat responden mengenai pertanyaan tentang "Kondisi kendaraan yang nyaman dan berfungsi dengan baik (Ac, wiper, power window, audio/video, dan lain-lain)". Mayoritas responden menjawab sangat penting, yaitu sebanyak 95 orang atau 63,33%, sedangkan yang paling sedikit menyatakan penting, yaitu sebanyak 55 orang atau 36,67%.

Gambar 4.66
Tanggapan Responden Atas Pertanyaan No 56 (Harapan Konsumen)



Berdasarkan gambar di atas, dapat diketahui gambaran pendapat responden mengenai pertanyaan tentang "Kelengkapan kendaraan (ban serep, dongkrak, kunci roda, dan lain-lain)". Mayoritas responden menjawab sangat penting, yaitu sebanyak 88 orang atau 58,67%, sedangkan yang paling sedikit menyatakan penting, yaitu sebanyak 62 orang atau 41,33%.

Gambar 4.67
Tanggapan Responden Atas Pertanyaan No 57 (Harapan Konsumen)



Berdasarkan gambar di atas, dapat diketahui gambaran pendapat responden mengenai pertanyaan tentang "Perlengkapan pendukung lainnya (alarm, kunci setir, dan lain-lain)". Mayoritas responden menjawab penting, yaitu sebanyak 91 orang atau 60,67%, sedangkan yang paling sedikit menyatakan tidak penting, yaitu sebanyak 2 orang atau 1,33%.

4.1.3.13 Variabel Keandalan (Kinerja Perusahaan)

Untuk mengetahui bagaimana tanggapan responden tentang variabel keandalan, maka dilakukan pengkategorian dengan cara menjumlahkan skor 4 pertanyaan, kemudian dicari panjang interval setiap kelas dengan rumus sebagai berikut:

$$c = \frac{X_n - X_1}{k}$$

Keterangan:
c = panjang interval kelas
X_n = Nilai terbesar
X_1 = Nilai terkecil
k = banyaknya kelas, dalam hal ini adalah 3 (baik - cukup - kurang) (Sudjana, 2005:47).

Variabel Keandalan terdiri atas 4 pertanyaan. Setiap pertanyaan terdiri atas 5 alternatif jawaban yang diberi nilai. Nilai skor terbesar adalah 20, sedangkan skor terendah adalah 13. Untuk menentukan interval setiap kategori (3 kelas), maka dilakukan perhitungan berikut:

$$C = \frac{20 - 13}{3} = 2{,}33$$

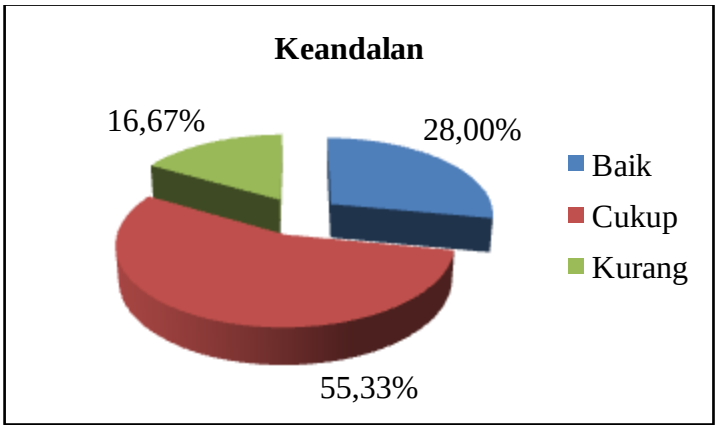
Dengan demikian, maka interval skor untuk menentukan masing-masing kategori variabel keandalan adalah:

Jumlah skor 13,00 - 15,32 : Kurang

Jumlah skor 15,33 - 17,66 : Cukup

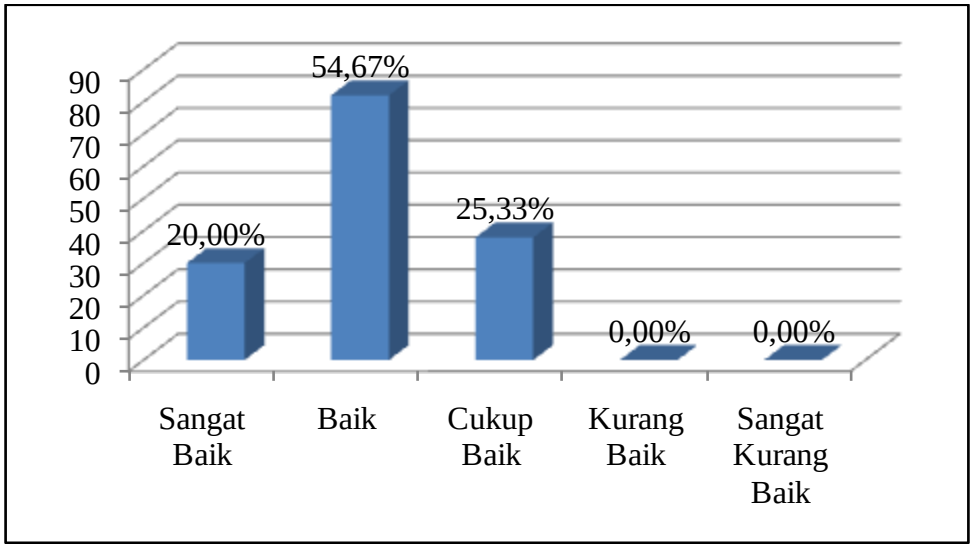
Jumlah skor 17,67 - 20,00 : Baik

Gambar 4.68
Frekuensi Tanggapan Responden
Berdasarkan Variabel Keandalan (Kinerja Perusahaan)



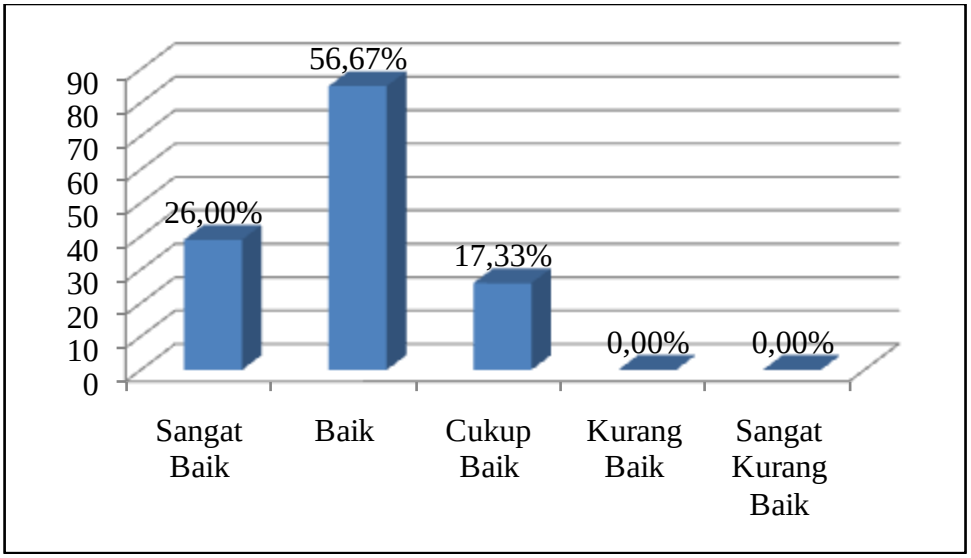
Gambar di atas merupakan tanggapan responden tentang variabel keandalan. Mayoritas responden sebanyak 83 orang atau 55,33% termasuk dalam ketegori cukup, dan paling sedikit sebanyak 25 orang atau 16,67% termasuk dalam ketegori kurang. Secara detail, kondisi ini dapat dijelaskan melalui penyajian sebaran jawaban dari 150 responden untuk item-item pertanyaan variabel keandalan sebagai berikut:

Gambar 4.69
Tanggapan Responden Atas Pertanyaan No 39 (Kinerja Perusahaan)



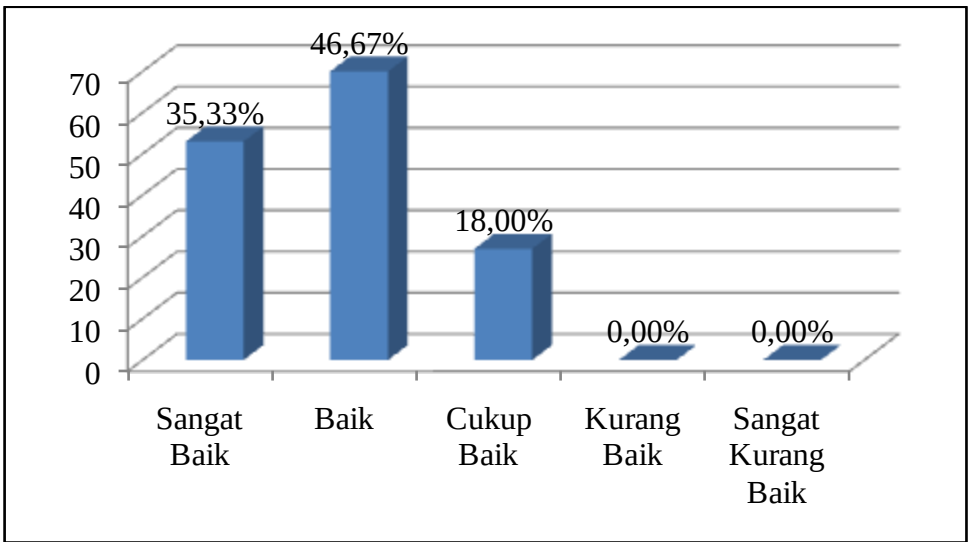
Berdasarkan gambar di atas, dapat diketahui gambaran pendapat responden mengenai pertanyaan tentang "Kemampuan perusahaan dalam memberikan jasa secara akurat sesuai dengan yang dijanjikan". Mayoritas responden menjawab baik, yaitu sebanyak 82 orang atau 54,67%, sedangkan yang paling sedikit menyatakan sangat baik, yaitu sebanyak 30 orang atau 20,00%.

Gambar 4.70
Tanggapan Responden Atas Pertanyaan No 40 (Kinerja Perusahaan)



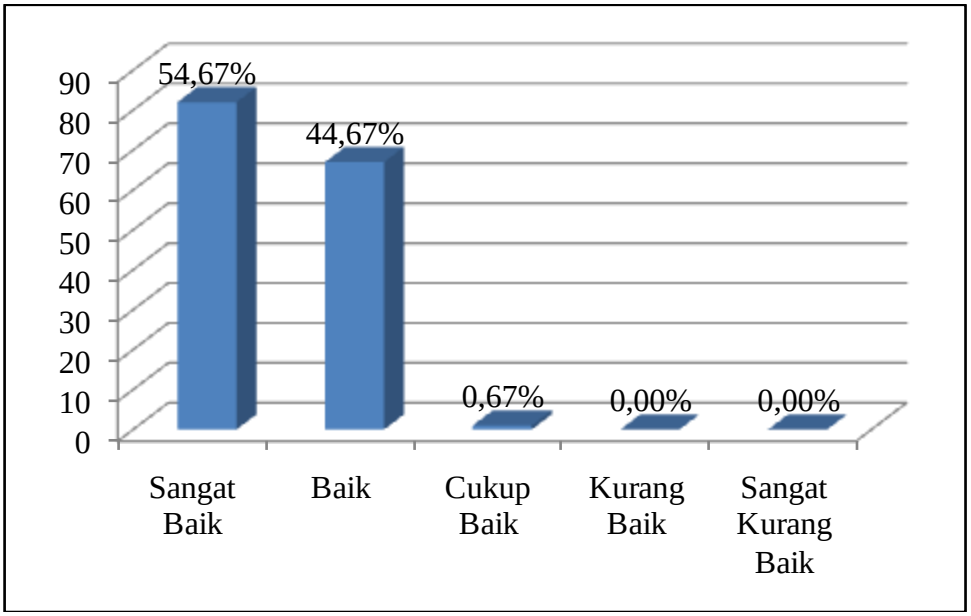
Berdasarkan gambar di atas, dapat diketahui gambaran pendapat responden mengenai pertanyaan tentang "Memberikan informasi yang tepat dan akurat dalam bertransaksi". Mayoritas responden menjawab baik, yaitu sebanyak 85 orang atau 56,67%, sedangkan yang paling sedikit menyatakan cukup baik, yaitu sebanyak 26 orang atau 17,33%.

Gambar 4.71
Tanggapan Responden Atas Pertanyaan No 41 (Kinerja Perusahaan)



Berdasarkan gambar di atas, dapat diketahui gambaran pendapat responden mengenai pertanyaan tentang "Keandalan dan profesionalisme dalam memberikan pelayanan". Mayoritas responden menjawab baik, yaitu sebanyak 70 orang atau 46,67%, sedangkan yang paling sedikit menyatakan cukup baik, yaitu sebanyak 27 orang atau 18,00%.

Gambar 4.72
Tanggapan Responden Atas Pertanyaan No 42 (Kinerja Perusahaan)



Berdasarkan gambar di atas, dapat diketahui gambaran pendapat responden mengenai pertanyaan tentang "Kemudahan pemesanan, persyaratan, dan prosedur yang tidak berbelit-belit". Mayoritas responden menjawab sangat baik, yaitu sebanyak 82 orang atau 54,67%, sedangkan yang paling sedikit menyatakan cukup baik, yaitu sebanyak 1 orang atau 0,67%.

4.1.3.14 Variabel Ketanggapan (Kinerja Perusahaan)

Untuk mengetahui bagaimana tanggapan responden tentang variabel ketanggapan, maka dilakukan pengkategorian dengan cara menjumlahkan skor 3 pertanyaan, kemudian dicari panjang interval setiap kelas dengan rumus sebagai berikut:

$$c = \frac{X_n - X_1}{k}$$

Keterangan:
c = panjang interval kelas
X_n = Nilai terbesar
X_1 = Nilai terkecil
k = banyaknya kelas, dalam hal ini adalah 3 (baik - cukup - kurang)
(Sudjana, 2005:47).

Variabel ketanggapan terdiri atas 3 pertanyaan. Setiap pertanyaan terdiri atas 5 alternatif jawaban yang diberi nilai. Nilai skor terbesar adalah 15, sedangkan skor terendah adalah 9. Untuk menentukan interval setiap kategori (3 kelas), maka dilakukan perhitungan sebagai berikut:

$$C = \frac{15 - 9}{3} = 2{,}00$$

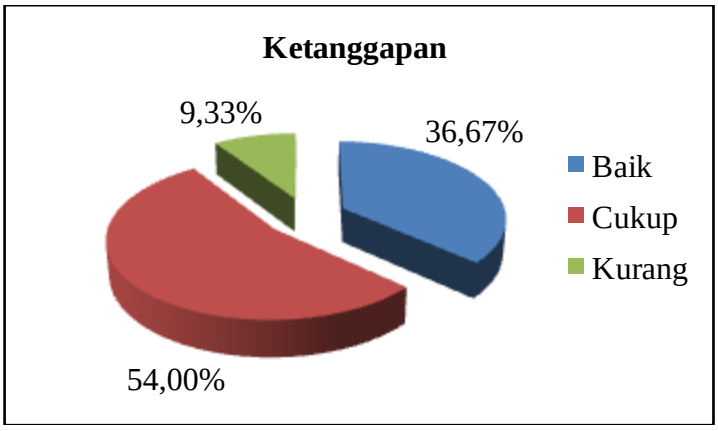
Dengan demikian, maka interval skor untuk menentukan masing-masing kategori variabel ketanggapan adalah:

Jumlah skor 9,00 - 10,99 : Kurang

Jumlah skor 11 - 12,99 : Cukup

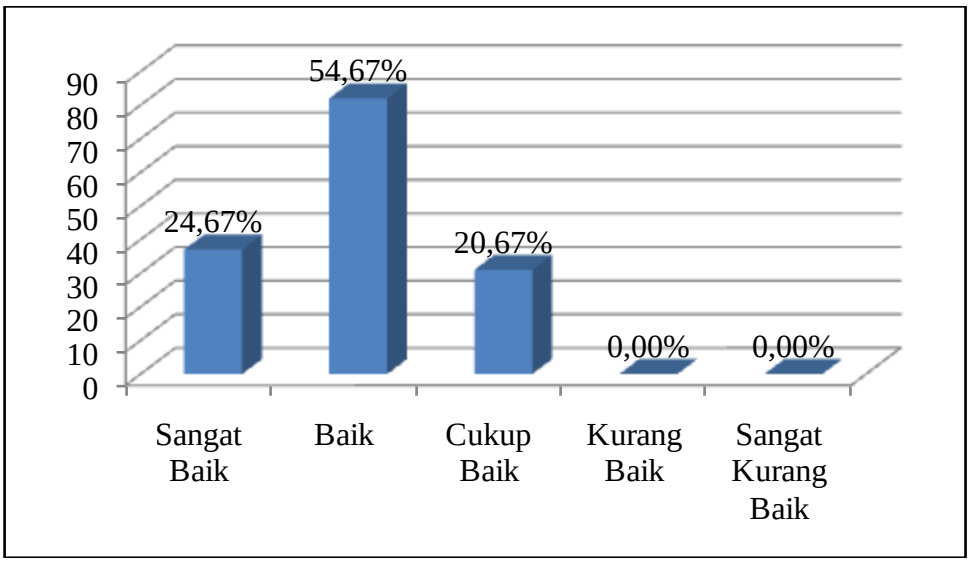
Jumlah skor 13 - 15,00 : Baik

Gambar 4.73
Frekuensi Tanggapan Responden
Berdasarkan Variabel Ketanggapan (Kinerja Perusahaan)



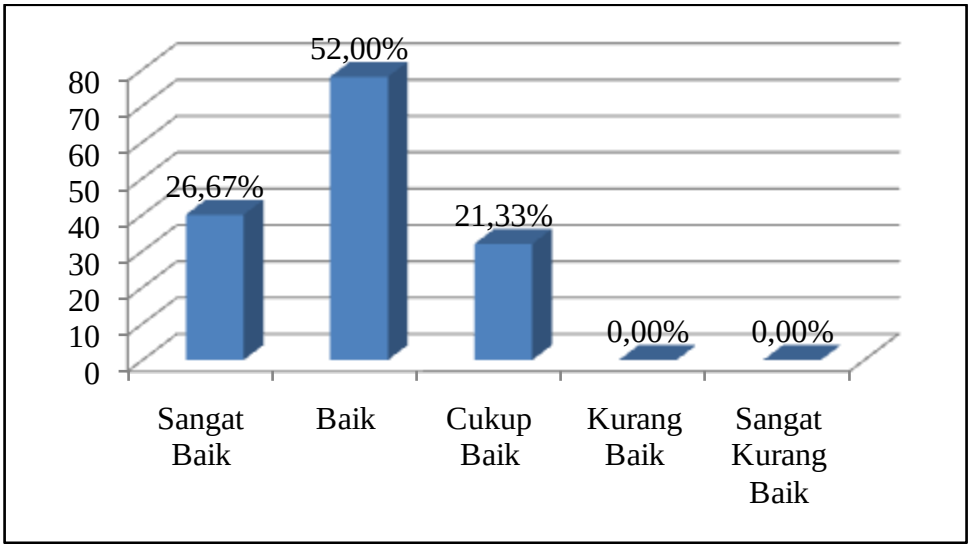
Gambar di atas merupakan tanggapan responden tentang variabel ketanggapan. Mayoritas responden sebanyak 81 orang atau 54,00% termasuk dalam ketegori cukup, dan paling sedikit sebanyak 14 orang atau 9,33% termasuk dalam ketegori kurang. Secara detail, kondisi ini dapat dijelaskan melalui penyajian sebaran jawaban dari 150 responden untuk item-item pertanyaan variabel ketanggapan sebagai berikut:

Gambar 4.74
Tanggapan Responden Atas Pertanyaan No 44 (Kinerja Perusahaan)



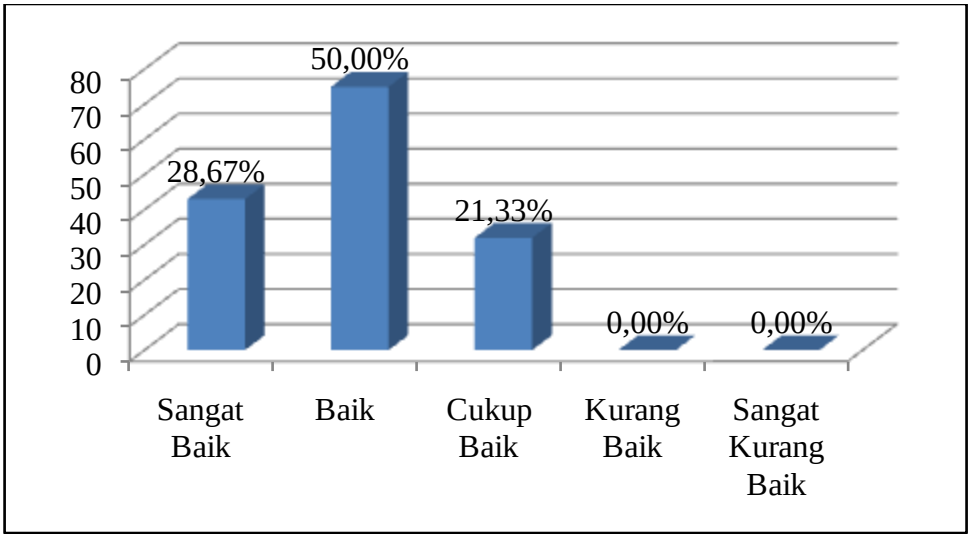
Berdasarkan gambar di atas, dapat diketahui gambaran pendapat responden mengenai pertanyaan tentang "Kecepatan dalam menanggapi keluhan konsumen". Mayoritas responden menjawab baik, yaitu sebanyak 82 orang atau 54,67%, sedangkan yang paling sedikit menyatakan cukup baik, yaitu sebanyak 31 orang atau 20,67%.

Gambar 4.75
Tanggapan Responden Atas Pertanyaan No 45 (Kinerja Perusahaan)



Berdasarkan gambar di atas, dapat diketahui gambaran pendapat responden mengenai pertanyaan tentang "Kesigapan dalam menghadapi masalah yang timbul". Mayoritas responden menjawab baik, yaitu sebanyak 78 orang atau 52,00%, sedangkan yang paling sedikit menyatakan cukup baik, yaitu sebanyak 32 orang atau 21,33%.

Gambar 4.76
Tanggapan Responden Atas Pertanyaan No 46 (Kinerja Perusahaan)



Berdasarkan gambar di atas, dapat diketahui gambaran pendapat responden mengenai pertanyaan tentang "Memberikan solusi dengan baik dari permasalahan yang dihadapi konsumen". Mayoritas responden menjawab baik, yaitu sebanyak 75 orang atau 50,00%, sedangkan yang paling sedikit menyatakan cukup baik, yaitu sebanyak 32 orang atau 21,33%.

4.1.3.15 Variabel Jaminan (Kinerja Perusahaan)

Untuk mengetahui bagaimana tanggapan responden tentang variabel jaminan, maka dilakukan pengkategorian dengan cara menjumlahkan skor 3 pertanyaan, kemudian dicari panjang interval setiap kelas dengan rumus sebagai berikut:

$$c = \frac{X_n - X_1}{k}$$

Keterangan:
c = panjang interval kelas
X_n = Nilai terbesar
X_1 = Nilai terkecil
k = banyaknya kelas, dalam hal ini adalah 3 (baik - cukup - kurang)
(Sudjana, 2005:47).

Variabel jaminan terdiri atas 3 pertanyaan. Setiap pertanyaan terdiri atas 5 alternatif jawaban yang diberi nilai. Nilai skor terbesar adalah 15, sedangkan skor terendah adalah 10. Untuk menentukan interval setiap kategori (3 kelas), maka dilakukan perhitungan sebagai berikut:

$$C = \frac{15 - 10}{3} = 1{,}67$$

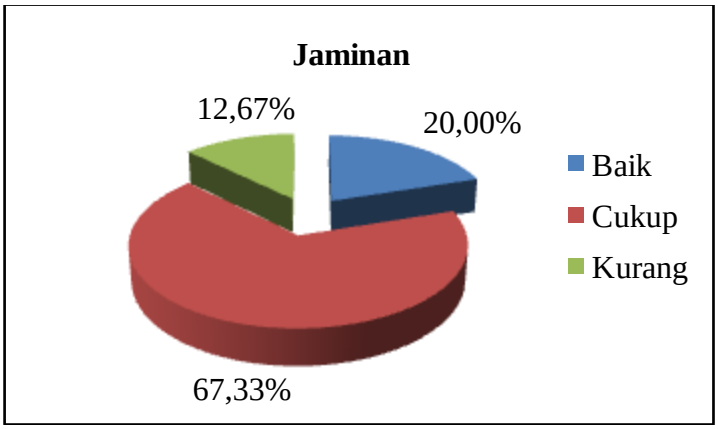
Dengan demikian, maka interval skor untuk menentukan masing-masing kategori variabel jaminan adalah:

Jumlah skor 10,00 - 11,66 : Kurang

Jumlah skor 11,67 - 13,32 : Cukup

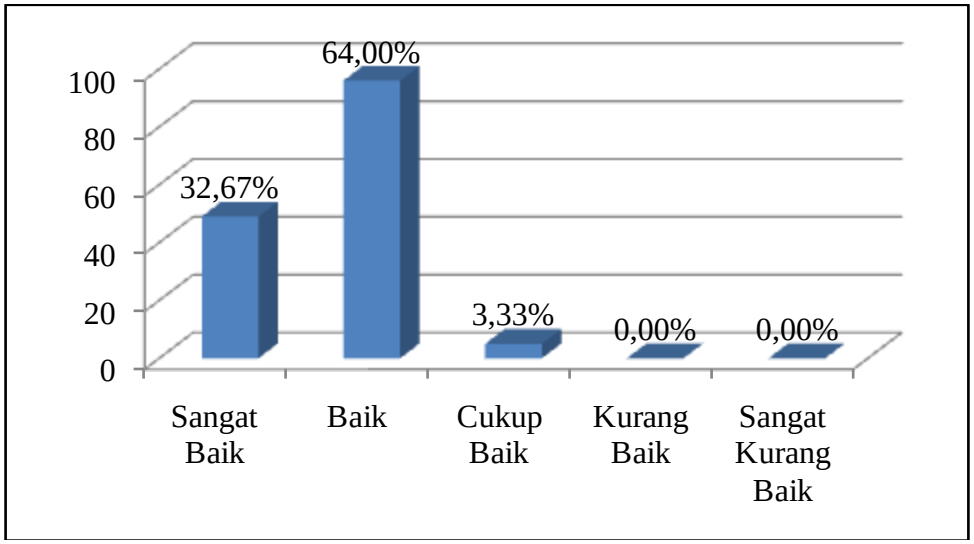
Jumlah skor 13,33 - 15,00 : Baik

Gambar 4.77
Frekuensi Tanggapan Responden
Berdasarkan Variabel Jaminan (Kinerja Perusahaan)



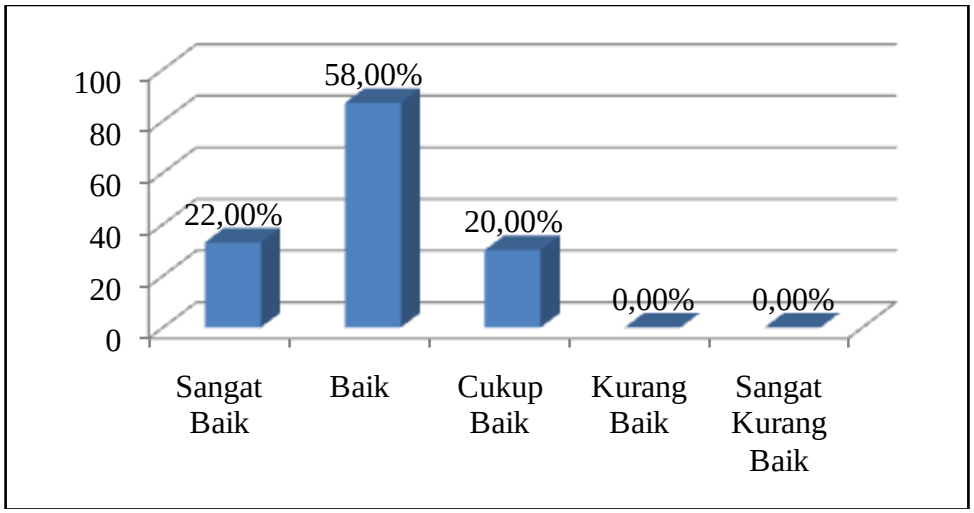
Gambar di atas merupakan tanggapan responden tentang variabel jaminan. Mayoritas responden sebanyak 101 orang atau 67,33% termasuk dalam ketegori cukup, dan paling sedikit sebanyak 19 orang atau 12,67% termasuk dalam ketegori kurang. Secara detail, kondisi ini dapat dijelaskan melalui penyajian sebaran jawaban dari 150 responden untuk item-item pertanyaan variabel jaminan sebagai berikut:

Gambar 4.78
Tanggapan Responden Atas Pertanyaan No 47 (Kinerja Perusahaan)



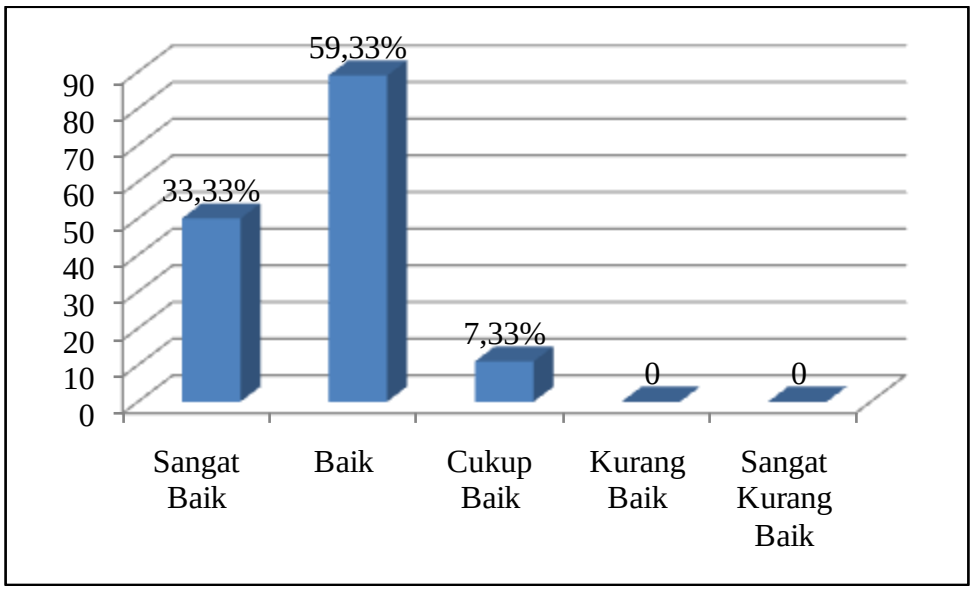
Berdasarkan gambar di atas, dapat diketahui gambaran pendapat responden mengenai pertanyaan tentang "Keamanan dan kepercayaan konsumen dalam menggunakan jasa sewa mobil pada MM'S Trans". Mayoritas responden menjawab baik, yaitu sebanyak 96 orang atau 64,00%, sedangkan yang paling sedikit menyatakan cukup baik, yaitu sebanyak 5 orang atau 3,33%.

Gambar 4.79
Tanggapan Responden Atas Pertanyaan No 48 (Kinerja Perusahaan)



Berdasarkan gambar di atas, dapat diketahui gambaran pendapat responden mengenai pertanyaan tentang "Pengetahuan dan keterampilan karyawan dalam melayani konsumen dengan rasa percaya diri". Mayoritas responden menjawab baik, yaitu sebanyak 87 orang atau 58,00%, sedangkan yang paling sedikit menyatakan cukup baik, yaitu sebanyak 30 orang atau 20,00%.

Gambar 4.80
Tanggapan Responden Atas Pertanyaan No 49 (Kinerja Perusahaan)



Berdasarkan gambar di atas, dapat diketahui gambaran pendapat responden mengenai pertanyaan tentang "Reputasi baik MM'S Trans sebagai perusahaan jasa sewa mobil". Mayoritas responden menjawab baik, yaitu sebanyak 89 orang atau 59,33%, sedangkan yang paling sedikit menyatakan cukup baik, yaitu sebanyak 11 orang atau 7,33%.

4.1.3.16 Variabel Perhatian (Kinerja Perusahaan)

Untuk mengetahui bagaimana tanggapan responden tentang variabel perhatian, maka dilakukan pengkategorian dengan cara menjumlahkan skor 3 pertanyaan, kemudian dicari panjang interval setiap kelas dengan rumus sebagai berikut:

$$c = \frac{X_n - X_1}{k}$$

c = panjang interval kelas
X_n = Nilai terbesar
X_1 = Nilai terkecil
k = banyaknya kelas, dalam hal ini adalah 3 (baik - cukup - kurang) (Sudjana, 2005:47).

Variabel perhatian terdiri atas 3 pertanyaan. Setiap pertanyaan terdiri atas 5 alternatif jawaban yang diberi nilai. Nilai skor terbesar adalah 15, sedangkan skor terendah adalah 9. Untuk menentukan interval setiap kategori (3 kelas), maka dilakukan perhitungan sebagai berikut:

$$C = \frac{15 - 9}{3} = 2{,}00$$

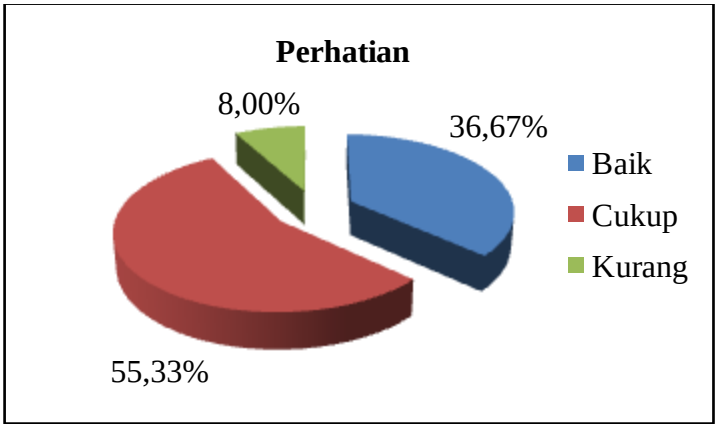
Dengan demikian, maka interval skor untuk menentukan masing-masing kategori variabel Perhatian adalah:

Jumlah skor 9,00 - 10,99 : Kurang

Jumlah skor 11 - 12,99 : Cukup

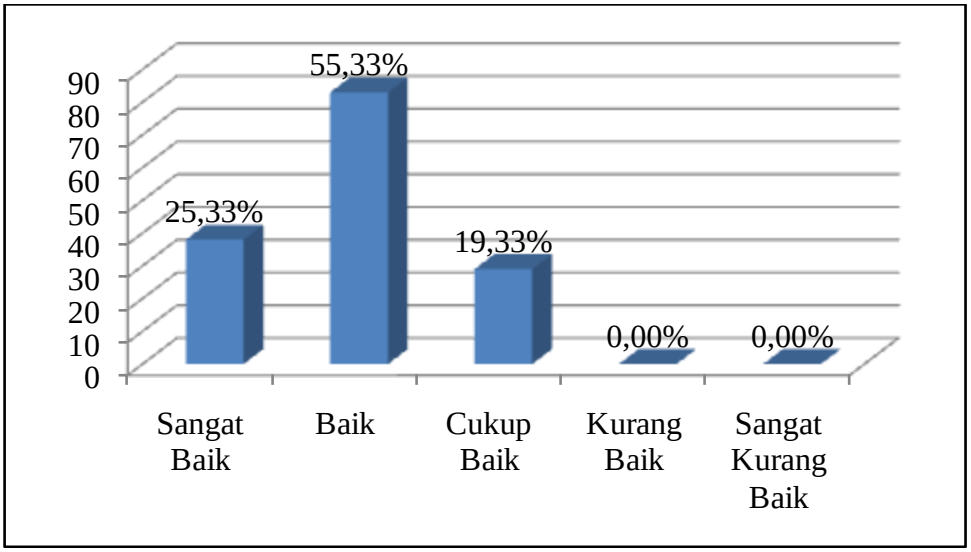
Jumlah skor 13 - 15,00 : Baik

Gambar 4.81
Frekuensi Tanggapan Responden
Berdasarkan Variabel Perhatian (Kinerja Perusahaan)



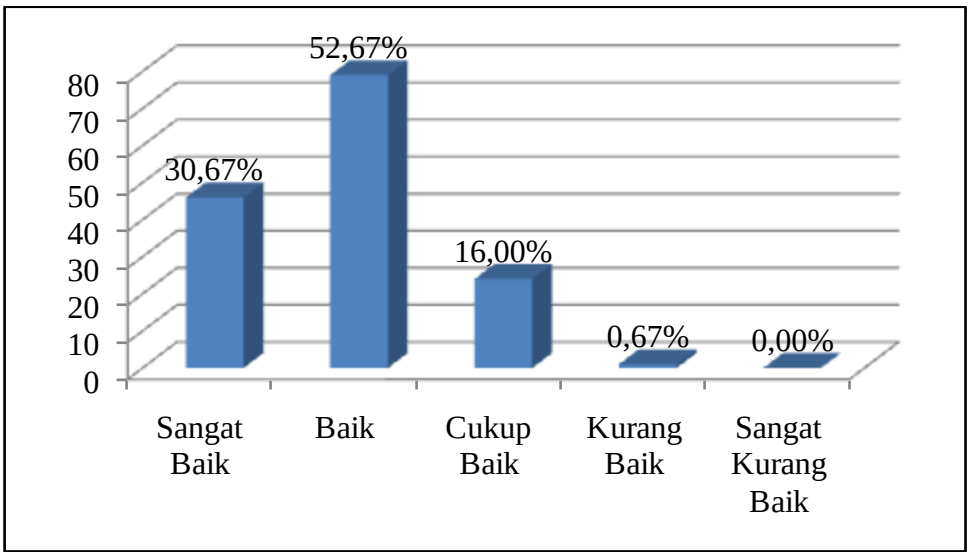
Gambar di atas merupakan tanggapan responden tentang variabel perhatian. Mayoritas responden sebanyak 83 orang atau 55,33% termasuk dalam ketegori cukup, dan paling sedikit sebanyak 12 orang atau 8,00% termasuk dalam ketegori kurang. Secara detail, kondisi ini dapat dijelaskan melalui penyajian sebaran jawaban dari 150 responden untuk item-item pertanyaan variabel perhatian sebagai berikut:

Gambar 4.82
Tanggapan Responden Atas Pertanyaan No 50 (Kinerja Perusahaan)



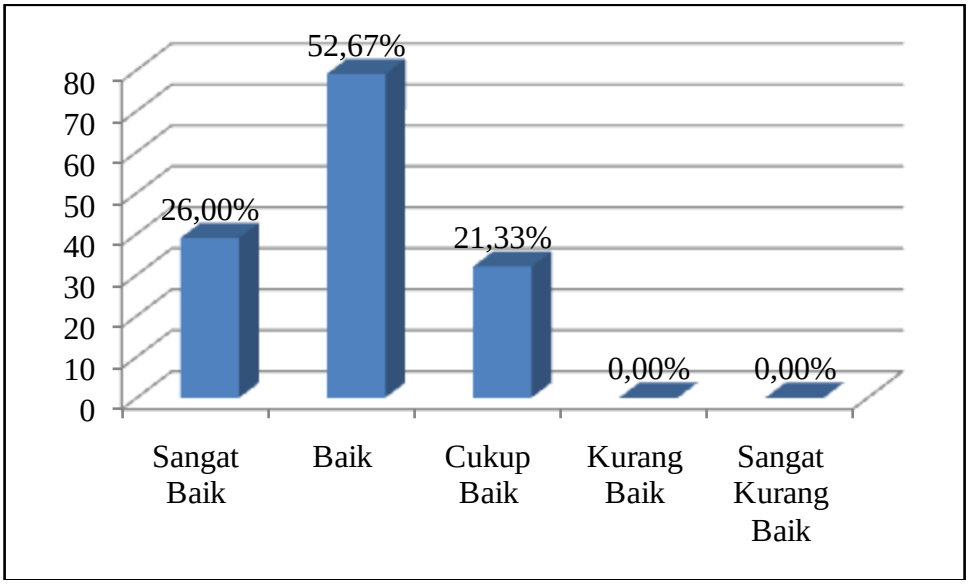
Berdasarkan gambar di atas, dapat diketahui gambaran pendapat responden mengenai pertanyaan tentang "Karyawan memiliki perhatian dan pemahaman yang baik terhadap konsumen". Mayoritas responden menjawab baik, yaitu sebanyak 83 orang atau 55,33%, sedangkan yang paling sedikit menyatakan cukup baik, yaitu sebanyak 29 orang atau 19,33%.

Gambar 4.83
Tanggapan Responden Atas Pertanyaan No 51 (Kinerja Perusahaan)



Berdasarkan gambar di atas, dapat diketahui gambaran pendapat responden mengenai pertanyaan tentang "Tingkat kepedulian karyawan terhadap konsumen". Mayoritas responden menjawab baik, yaitu sebanyak 79 orang atau 52,67%, sedangkan yang paling sedikit menyatakan kurang baik, yaitu sebanyak 1 orang atau 0,67%.

Gambar 4.84
Tanggapan Responden Atas Pertanyaan No 52 (Kinerja Perusahaan)



Berdasarkan gambar di atas, dapat diketahui gambaran pendapat responden mengenai pertanyaan tentang "Sikap dan keramahan karyawan dalam melayani konsumen". Mayoritas responden menjawab baik, yaitu sebanyak 79 orang atau 52,67%, sedangkan yang paling sedikit menyatakan cukup baik, yaitu sebanyak 32 orang atau 21,33%.

4.1.3.17 Variabel Berwujud (Kinerja Perusahaan)

Untuk mengetahui bagaimana tanggapan responden tentang variabel berwujud, maka dilakukan pengkategorian dengan cara menjumlahkan skor 4 pertanyaan, kemudian dicari panjang interval setiap kelas dengan rumus sebagai berikut:

$$c = \frac{X_n - X_1}{k}$$

Keterangan:
c = panjang interval kelas
X_n = Nilai terbesar
X_1 = Nilai terkecil
k = banyaknya kelas, dalam hal ini adalah 3 (baik - cukup - kurang)
(Sudjana, 2005:47).

Variabel berwujud terdiri atas 4 pertanyaan. Setiap pertanyaan terdiri atas 5 alternatif jawaban yang diberi nilai. Nilai skor terbesar adalah 20, sedangkan skor terendah adalah 13. Untuk menentukan interval setiap kategori (3 kelas), maka dilakukan perhitungan sebagai berikut:

$$C = \frac{20 - 13}{3} = 2{,}33$$

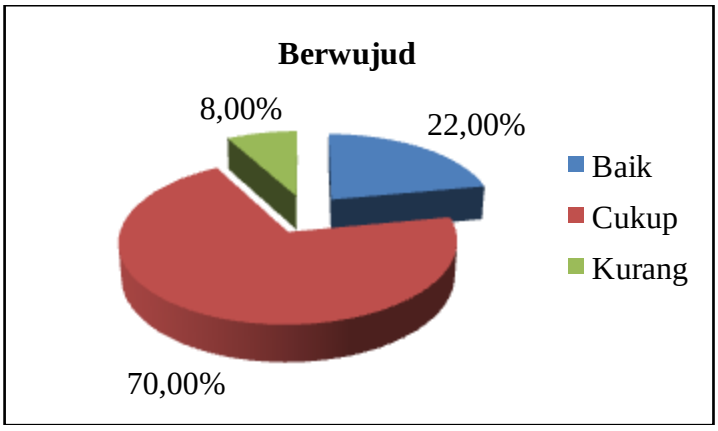
Dengan demikian, maka interval skor untuk menentukan masing-masing kategori variabel berwujud adalah:

Jumlah skor 13,00 - 15,32 : Kurang

Jumlah skor 15,33 - 17,66 : Cukup

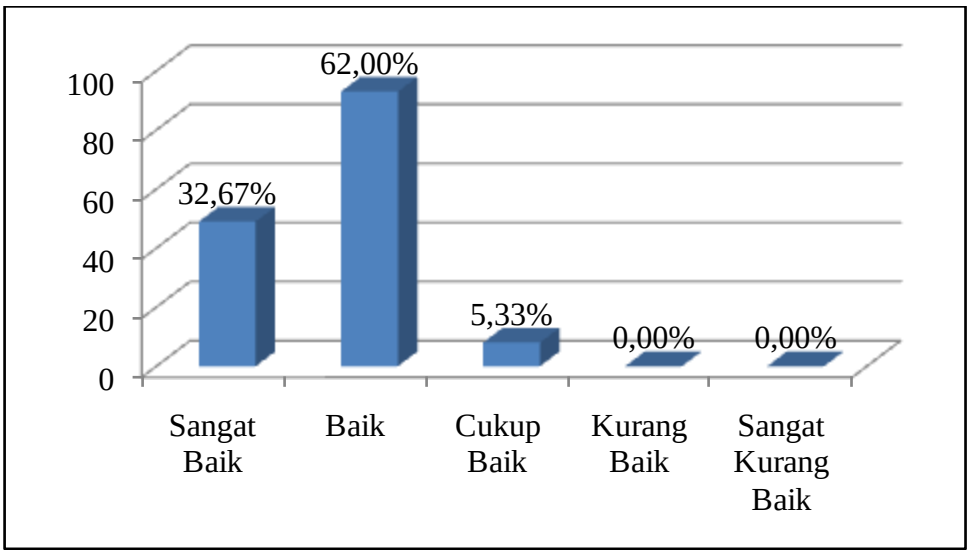
Jumlah skor 17,67 - 20,00 : Baik

Gambar 4.85
Frekuensi Tanggapan Responden
Berdasarkan Variabel Berwujud (Kinerja Perusahaan)



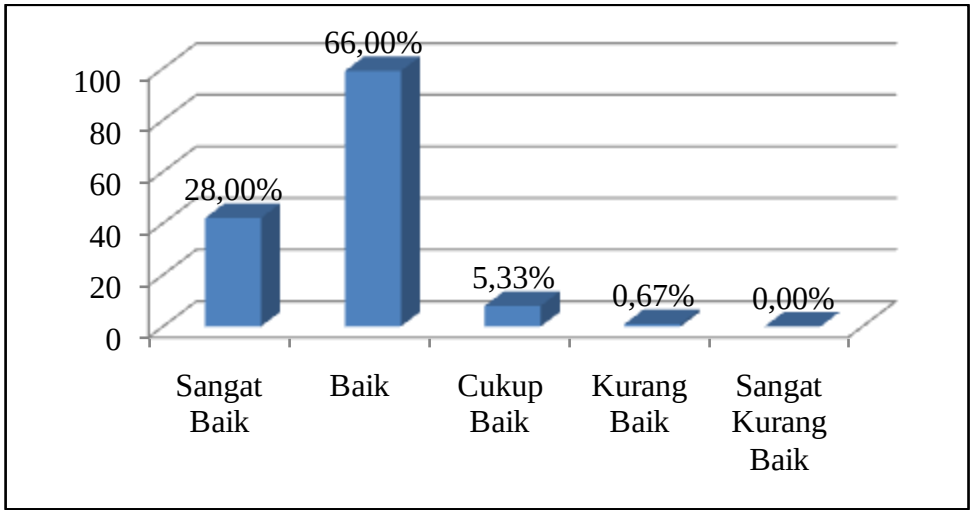
Gambar di atas merupakan tanggapan responden tentang variabel berwujud. Mayoritas responden sebanyak 105 orang atau 70,00% termasuk dalam ketegori cukup, dan paling sedikit sebanyak 12 orang atau 8,00% termasuk dalam ketegori kurang. Secara detail, kondisi ini dapat dijelaskan melalui penyajian sebaran jawaban dari 150 responden untuk item-item pertanyaan variabel berwujud sebagai berikut:

Gambar 4.86
Tanggapan Responden Atas Pertanyaan No 54 (Kinerja Perusahaan)



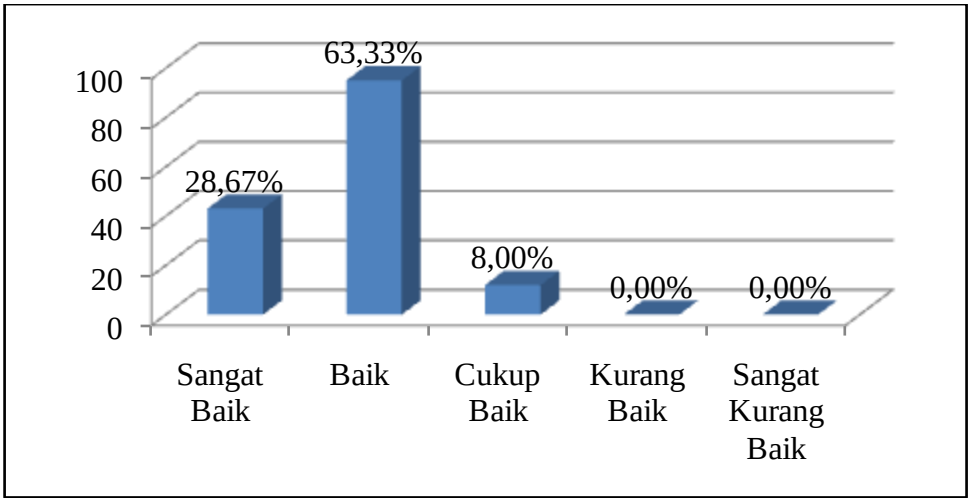
Berdasarkan gambar di atas, dapat diketahui gambaran pendapat responden mengenai pertanyaan tentang "Kondisi kendaraan yang bersih dan terawat". Mayoritas responden menjawab baik, yaitu sebanyak 93 orang atau 62,00%, sedangkan yang paling sedikit menyatakan cukup baik, yaitu sebanyak 8 orang atau 5,33%.

Gambar 4.87
Tanggapan Responden Atas Pertanyaan No 55 (Kinerja Perusahaan)



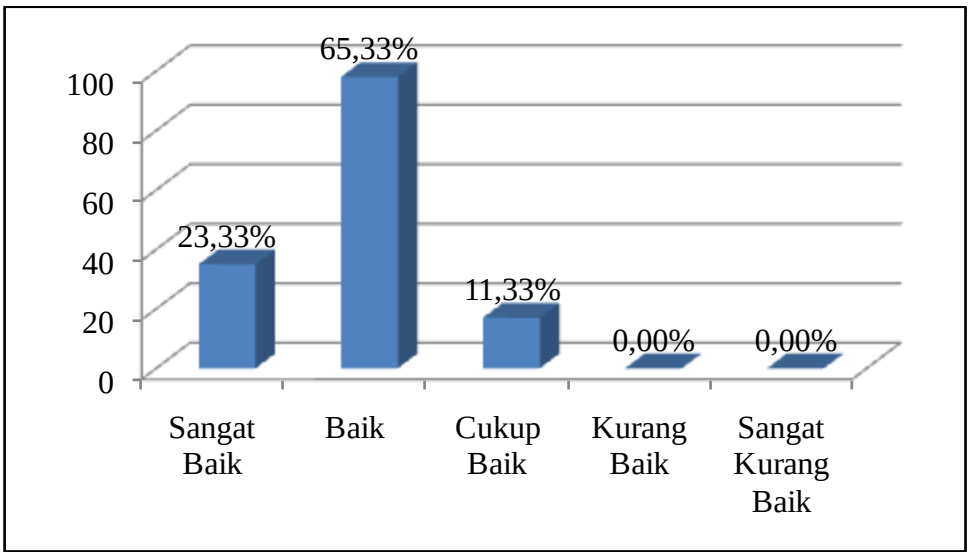
Berdasarkan gambar di atas, dapat diketahui gambaran pendapat responden mengenai pertanyaan tentang "Kondisi kendaraan yang nyaman dan berfungsi dengan baik (Ac, wiper, power window, audio/video, dan lain-lain)". Mayoritas responden menjawab baik, yaitu sebanyak 99 orang atau 66,00%, sedangkan yang paling sedikit menyatakan kurang baik, yaitu sebanyak 1 orang atau 0,67%.

Gambar 4.88
Tanggapan Responden Atas Pertanyaan No 56 (Kinerja Perusahaan)



Berdasarkan gambar di atas, dapat diketahui gambaran pendapat responden mengenai pertanyaan tentang "Kelengkapan kendaraan (ban serep, dongkrak, kunci roda, dan lain-lain)". Mayoritas responden menjawab baik, yaitu sebanyak 95 orang atau 63,33%, sedangkan yang paling sedikit menyatakan cukup baik, yaitu sebanyak 12 orang atau 8,00%.

Gambar 4.89
Tanggapan Responden Atas Pertanyaan No 57 (Kinerja Perusahaan)



Berdasarkan gambar di atas, dapat diketahui gambaran pendapat responden mengenai pertanyaan tentang "Perlengkapan pendukung lainnya (alarm, kunci setir, dan lain-lain)". Mayoritas responden menjawab baik, yaitu sebanyak 98 orang atau 65,33%, sedangkan yang paling sedikit menyatakan cukup baik, yaitu sebanyak 17 orang atau 11,33%.

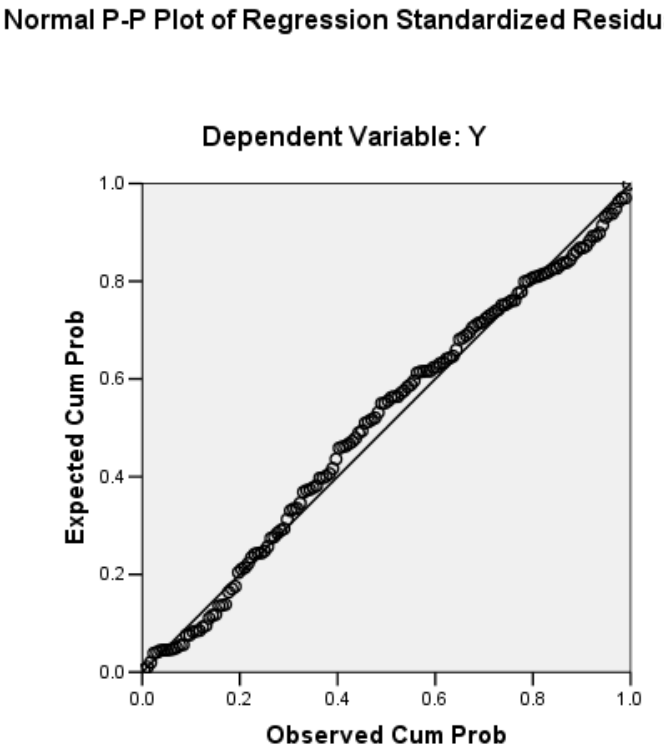
4.1.4 Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan pengujian hipotesis, maka perlu dilakukan pengujian asumsi klasik terlebih dahulu yang bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi yang digunakan sudah tepat dan bebas dari penyimpangan. Pengujian asumsi klasik ini terdiri atas tiga pengujian, yakni uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastistias.

4.1.4.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan melalui perhitungan regresi dengan SPSS yang dideteksi melalui grafik seperti terlihat pada gambar berikut:

Gambar 4.90
Uji Normalitas



Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode grafik normal *Probabiltiy Plot*. Distribusi normal akan membentuk suatu garis lurus diagonal, dan *plotting* data akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika residual berasal dari distribusi normal, maka nilai-nilai sebaran data akan terletak disekitar garis diagonalnya. Gambar diatas menunjukkan bahwa titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya, artinya model regresi sudah memenuhi asumsi normalitas.

4.1.4.2 Uji Multikolinearitas

Suatu variabel menunjukkan gejala multikolinieritas bisa dilihat dari nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) yang tinggi pada variabel-variabel bebas suatu model regresi. Nilai VIF yang lebih besar dari 10 menunjukkan adanya gejala multikolinieritas dalam model regresi. Hasil pengujian multikolinieritas dengan nilai VIF adalah sebagai berikut :

Tabel 4.4
Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Tolerance	VIF
1	(Constant)	1,656	6,349		
	X1	,181	,140	,791	1,265
	X2	,417	,172	,977	1,024
	X3	-,386	,170	,792	1,263
	X4	-,205	,161	,830	1,205
	X5	-,036	,199	,846	1,182
	X6	,335	,226	,857	1,167
	X7	-,017	,267	,735	1,360

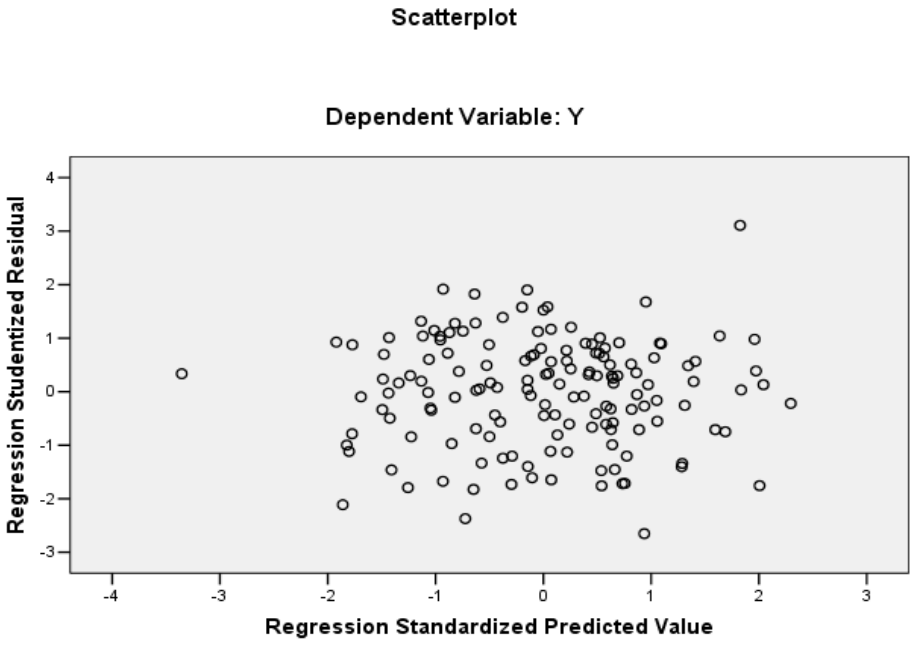
a. Dependent Variable: Y

Tabel diatas menunjukkan bahwa nilai VIF masing-masing variabel bebas jauh di bawah 10, yakni X_1 = 1,265, X_2 = 1,024, X_3 = 1,263, X_4 = 1,205, X_5 = 1,182, X_6 = 1,167, dan X_7 = 1,360. Hal ini berarti bahwa tidak terdapat gejala multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi.

4.1.4.3 Uji Heteroskedastistias

Pengujian heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan *Scatter Plot*. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas, dan jika tidak terdapat pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada gambar berikut:

Gambar 4.91
Uji Heteroskedastistias



Gambar diatas menunjukkan bahwa titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi layak untuk dipakai karena tidak memiliki gejala heteroskedastisitas.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan dengan tujuan untuk membuktikan hipotesis mengenai pengaruh variabel produk, harga, tempat, promosi, orang, sarana fisik, dan proses baik secara parsial maupun secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen jasa sewa mobil pada MM'S Trans Bandung. Hasil pengolahan data dengan menggunakan program SPSS dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4.5
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,656	6,349		,261	,795
	X1	,181	,140	,115	1,293	,198
	X2	,417	,172	,194	2,421	,017
	X3	-,386	,170	-,202	-2,264	,025
	X4	-,205	,161	-,111	-1,273	,205
	X5	-,036	,199	-,016	-,180	,857
	X6	,335	,226	,127	1,483	,140
	X7	-,017	,267	-,006	-,065	,948

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel di atas diketahui nilai kontstanta dan koefisien regresi sehingga dapat dibentuk persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$Y = 1{,}656 + 0{,}181X_1 + 0{,}417X_2 - 0{,}386X_3 - 0{,}205X_4 - 0{,}036X_5 + 0{,}335X_6 - 0{,}017X_7$

Persamaan di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

$b_0 = 1{,}656$ artinya jika Produk (*product*) (X_1), Harga (*price*) (X_2), Tempat (*place*) (X_3), Promosi (*promotion*) (X_4), Orang (*people*) (X_5), Sarana Fisik (*physical evidence*) (X_6), dan Proses (*process*) (X_7) bernilai nol (0), maka Kepuasan Konsumen (Y) akan bernilai 1,656 satuan.

$b_1 = 0{,}181$ artinya jika Produk (*product*) (X_1) meningkat sebesar satu satuan dan variabel lainnya konstan, maka Kepuasan Konsumen (Y) akan meningkat sebesar 0,181 satuan.

$b_2 = 0{,}417$ artinya jika Harga (*price*) (X_2) meningkat sebesar satu satuan dan variabel lainnya konstan, maka Kepuasan Konsumen (Y) akan meningkat sebesar 0,417 satuan.

$b_3 = -0{,}386$ artinya jika Tempat (*place*) (X_3) meningkat sebesar satu satuan dan variabel lainnya konstan, maka Kepuasan Konsumen (Y) akan menurun sebesar 0,386 satuan.

$b_4 = -0{,}205$ artinya jika Promosi (*promotion*) (X_4) meningkat sebesar satu satuan dan variabel lainnya konstan, maka Kepuasan Konsumen (Y) akan menurun sebesar 0,205 satuan.

b_5= -0,036 artinya jika Orang (*people*) (X_5) meningkat sebesar satu satuan dan variabel lainnya konstan, maka Kepuasan Konsumen (Y) akan menurun sebesar 0,036 satuan.

b_6= 0,335 artinya jika Sarana Fisik (*physical evidence*) (X_6) meningkat sebesar satu satuan dan variabel lainnya konstan, maka Kepuasan Konsumen (Y) akan meningkat sebesar 0,335 satuan.

b_7= -0,017 artinya jika Proses (*process*) (X_7) meningkat sebesar satu satuan dan variabel lainnya konstan, maka Kepuasan Konsumen (Y) akan menurun sebesar 0,017 satuan.

4.2.2 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Pengujian hipotesis ini dilakukan untuk mengetahui adanya pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat dengan hipotesis sebagai berikut:

H_0 : Produk (*product*) (X_1), Harga (*price*) (X_2), Tempat (*place*) (X_3), Promosi (*promotion*) (X_4), Orang (*people*) (X_5), Sarana Fisik (*physical evidence*) (X_6), dan Proses (*process*) (X_7) secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

H_1 : Produk (*product*) (X_1), Harga (*price*) (X_2), Tempat (*place*) (X_3), Promosi (*promotion*) (X_4), Orang (*people*) (X_5), Sarana Fisik (*physical evidence*) (X_6), dan Proses (*process*) (X_7) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

Tingkat signifikansi (α) sebesar 5%

Kriteria Pengujian :

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak.

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima.

Untuk mengetahui apakah ada pengaruh secara simultan antara variabel bauran pemasaran terhadap kepuasan konsumen dapat dilihat dari hasil pengujian dengan menggunakan program SPSS sebagai berikut :

Tabel 4.6
Hasil Analisis Regresi Secara Simultan

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	433,435	7	61,919	2,379	,025[a]
	Residual	3696,112	142	26,029		
	Total	4129,547	149			

a. Predictors: (Constant), X7, X2, X6, X5, X1, X4, X3

b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan *output* di atas diketahui nilai F_{hitung} sebesar 2,379 dengan *p-value* (sig) 0,025. Dengan α=0,05 serta derajat kebebasan v_1 = 142 (n-(k+1)) dan v_2 = 7, maka di dapat F_{tabel} 2,075. Dikarenakan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ (2,379 > 2,075) maka H_0 ditolak, artinya variabel Produk (*product*) (X_1), Harga (*price*) (X_2), Tempat (*place*) (X_3), Promosi (*promotion*) (X_4), Orang (*people*) (X_5), Sarana Fisik (*physical evidence*) (X_6), dan Proses (*process*) (X_7) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

4.2.3 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Pengujian hipotesis ini dilakukan untuk mengetahui adanya pengaruh dari variabel-variabel bebas yang meliputi produk, harga, tempat, promosi, orang, sarana fisik, dan proses terhadap variabel terikatnya yaitu kepuasan konsumen. Hasil perhitungan pengujian secara parsial adalah sebagai berikut:

Tabel 4.7
Hasil Analisis Regresi Secara Parsial

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,656	6,349		,261	,795
	X1	,181	,140	,115	1,293	,198
	X2	,417	,172	,194	2,421	,017
	X3	-,386	,170	-,202	-2,264	,025
	X4	-,205	,161	-,111	-1,273	,205
	X5	-,036	,199	-,016	-,180	,857
	X6	,335	,226	,127	1,483	,140
	X7	-,017	,267	-,006	-,065	,948

a. Dependent Variable: Y

1. Pengujian hipotesis variabel Produk (*product*) (X_1)

H_0 : Produk (*product*) (X_1) tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

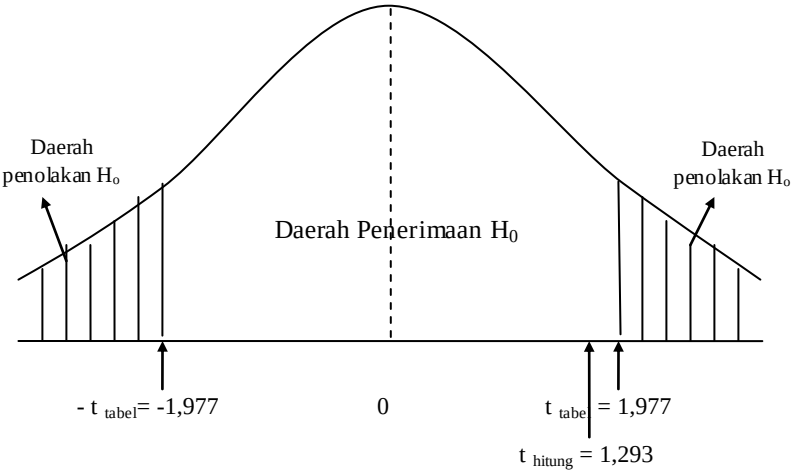
H_1 : Produk (*product*) (X_1) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

Kriteria pengujian:

Tolak H_0 jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $t_{hitung} < -t_{tabel}$, terima dalam hal lainnya.

Tingkat signifikan (α) sebesar 5%, dan derajat kebebasan (v) = 142 (n – (k + 1) didapat nilai t_{tabel} 1,977.

Gambar 4.92
Kurva Uji t Variabel Produk Terhadap Kepuasan Konsumen



Dari perhitungan diatas diperoleh nilai t_{hitung} untuk Produk (*product*) (X_1) sebesar 1,293 dan t_{tabel} 1,977. Dikarenakan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima, artinya Produk (*product*) (X_1) tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

2. Pengujian hipotesis variabel Harga (*price*) (X_2)

H_0 : Harga (*price*) (X_2) tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

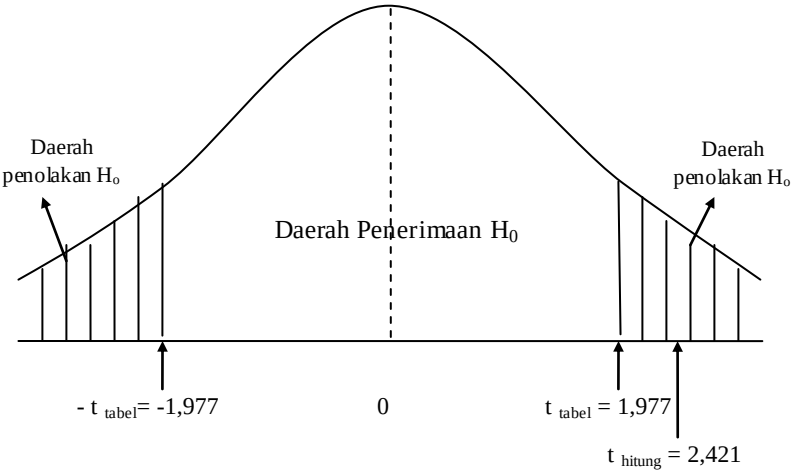
H_1 : Harga (*price*) (X_2) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

Kriteria pengujian:

Tolak H_0 jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $t_{hitung} < -t_{tabel}$, terima dalam hal lainnya.

Tingkat signifikan (α) sebesar 5%, dan derajat kebebasan (v) = 142 (n – (k + 1) didapat nilai t_{tabel} 1,977.

Gambar 4.93
Kurva Uji t Variabel Harga Terhadap Kepuasan Konsumen



Dari perhitungan diatas diperoleh nilai t_{hitung} untuk Harga (*price*) (X_2) sebesar 2,421 dan t_{tabel} 1,977. Dikarenakan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak, artinya Harga (*price*) (X_2) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

3. Pengujian hipotesis variabel Tempat (*place*) (X_3)

H_0 : Tempat (*place*) (X_3) tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

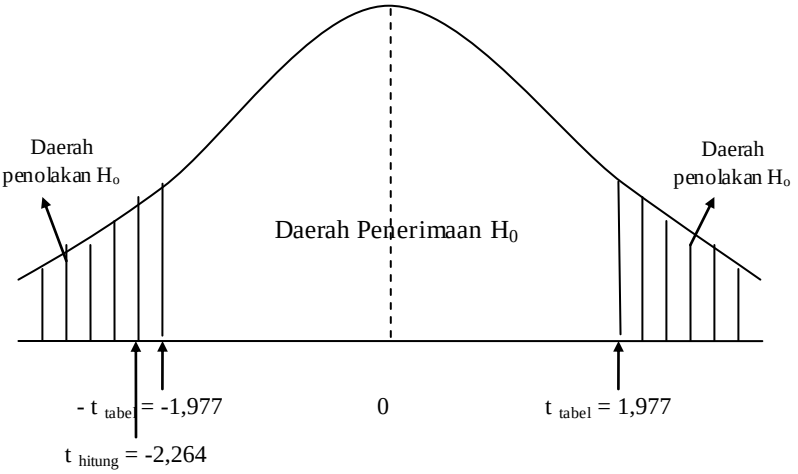
H_1 : Tempat (*place*) (X_3) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

Kriteria pengujian:

Tolak H_0 jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $t_{hitung} < -t_{tabel}$, terima dalam hal lainnya.

Tingkat signifikan (α) sebesar 5%, dan derajat kebebasan (v) = 142 (n – (k + 1) didapat nilai t_{tabel} 1,977.

Gambar 4.94
Kurva Uji t Variabel Tempat Terhadap Kepuasan Konsumen



Dari perhitungan diatas diperoleh nilai t_{hitung} untuk Tempat (place) (X_3) sebesar -2,264 dan t_{tabel} -1,977. Dikarenakan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak, artinya Tempat (*place*) (X_3) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

4. Pengujian hipotesis variabel Promosi (*promotion*) (X_4)

H_0 : Promosi (*promotion*) (X_4) tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

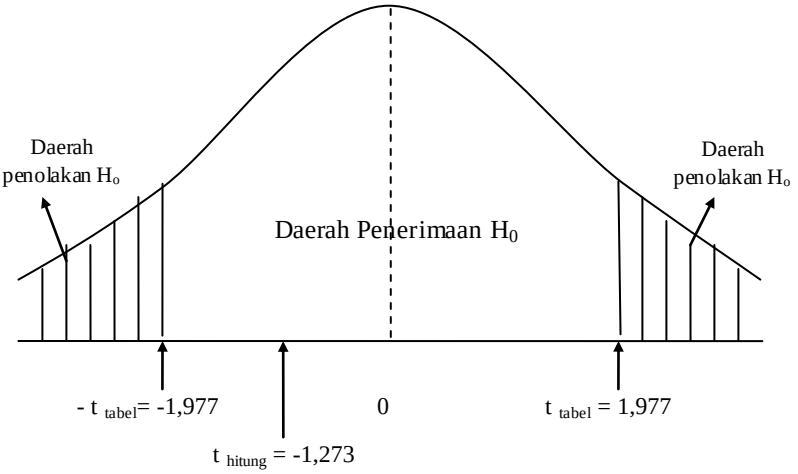
H_1 : Promosi (*promotion*) (X_4) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

Kriteria pengujian:

Tolak H_0 jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $t_{hitung} < -t_{tabel}$, terima dalam hal lainnya.

Tingkat signifikan (α) sebesar 5%, dan derajat kebebasan (v) = 142 (n – (k + 1) didapat nilai t_{tabel} 1,977.

Gambar 4.95
Kurva Uji t Variabel Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen



Dari perhitungan diatas diperoleh nilai t_{hitung} untuk Promosi (*promotion*) (X_4) sebesar -1,273 dan t_{tabel} -1,977. Dikarenakan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima, artinya Promosi (*promotion*) (X_4) tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

5. Pengujian hipotesis variabel Orang (*people*) (X_5)

H_0 : Orang (*people*) (X_5) tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

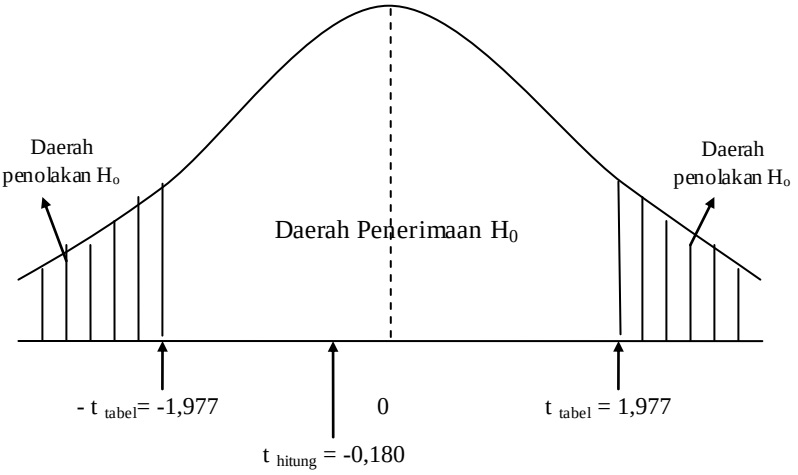
H_1 : Orang (*people*) (X_5) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

Kriteria pengujian:

Tolak H_0 jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $t_{hitung} < -t_{tabel}$, terima dalam hal lainnya.

Tingkat signifikan (α) sebesar 5%, dan derajat kebebasan (v) = 142 (n – (k + 1) didapat nilai t_{tabel} 1,977.

Gambar 4.96
Kurva Uji t Variabel Orang Terhadap Kepuasan Konsumen



Dari perhitungan diatas diperoleh nilai t_{hitung} untuk Orang (*people*) (X_5) sebesar -0,180 dan t_{tabel} -1,977. Dikarenakan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima, artinya Orang (*people*) (X_5) tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

6. Pengujian hipotesis variabel Sarana Fisik (*physical evidence*) (X_6)

H_0 : Sarana Fisik (*physical evidence*) (X_6) tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

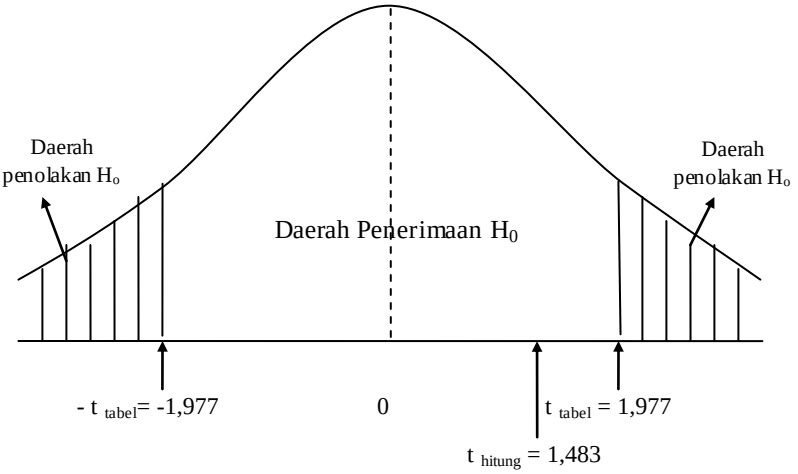
H_1 : Sarana Fisik (*physical evidence*) (X_6) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

Kriteria pengujian:

Tolak H_0 jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $t_{hitung} < -t_{tabel}$, terima dalam hal lainnya.

Tingkat signifikan (α) sebesar 5%, dan derajat kebebasan (v) = 142 (n – (k + 1) didapat nilai t_{tabel} 1,977.

Gambar 4.97
Kurva Uji t Variabel Sarana Fisik Terhadap Kepuasan Konsumen



Dari perhitungan diatas diperoleh nilai t_{hitung} untuk Sarana Fisik (*physical evidence*) (X_6) sebesar 1,483 dan t_{tabel} 1,977. Dikarenakan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima, artinya Sarana Fisik (*physical evidence*) (X_6) tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

7. Pengujian hipotesis variabel Proses (*process*) (X_7)

H_0 : Proses (*process*) (X_7) tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

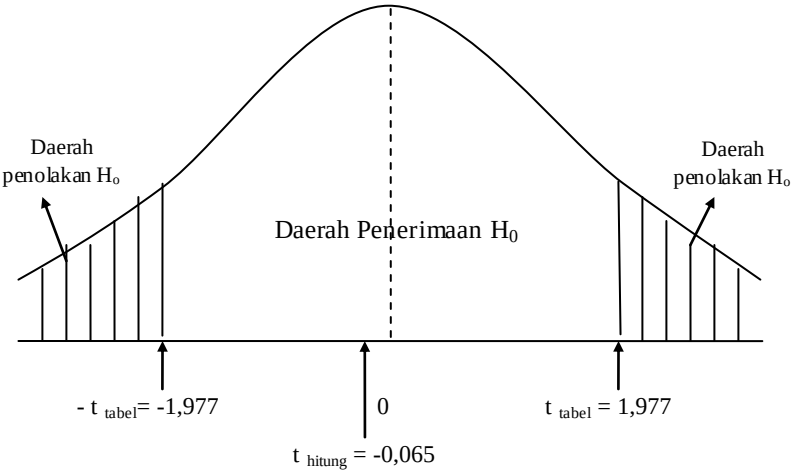
H_1 : Proses (*process*) (X_7) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

Kriteria pengujian:

Tolak H_0 jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $t_{hitung} < -t_{tabel}$, terima dalam hal lainnya.

Tingkat signifikan (α) sebesar 5%, dan derajat kebebasan (v) = 142 (n – (k + 1) didapat nilai t_{tabel} 1,977.

Gambar 4.98
Kurva Uji t Variabel Proses Terhadap Kepuasan Konsumen



Dari perhitungan diatas diperoleh nilai t_{hitung} untuk Proses (*process*) (X_7) sebesar -0,065 dan t_{tabel} -1,977. Dikarenakan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima, artinya Proses (*process*) (X_7) tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

4.2.4 Analisis Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bauran pemasaran terhadap kepuasan konsumen. Hasil perhitungan nilai koefisien determinasi dengan SPSS adalah sebagai berikut:

Tabel 4.8
Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,324[a]	,105	,061	5,10186

a. Predictors: (Constant), X7, X2, X6, X5, X1, X4, X3

Setelah diketahui nilai R sebesar 0,324, maka koefisien determinasi dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

KD = R^2 X 100%
= $(0,324)^2$ X 100%
= 10,5%
(Sugiyono, 2013:231)

Dari perhitungan diatas diperoleh nilai KD sebesar 10,5% yang berarti bahwa variabel Produk (*product*) (X_1), Harga (*price*) (X_2), Tempat (*place*) (X_3), Promosi (*promotion*) (X_4), Orang (*people*) (X_5), Sarana Fisik (*physical evidence*) (X_6), dan Proses (*process*) (X_7) memberikan pengaruh sebesar 10,5% terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Sedangkan sisanya sebesar 89,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4.2.5 Analisis Koefisien Determinasi Parsial

Analisis koefisien determinasi secara parsial dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh langsung dari masing-masing variabel bauran pemasaran terhadap kepuasan konsumen. Hasil perhitungan dengan SPSS sebagai berikut:

Tabel 4.9
Koefisien Determinasi Parsial

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Correlations		
		B	Std. Error	Beta	Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	1,656	6,349				
	X1	,181	,140	,115	,063	,108	,103
	X2	,417	,172	,194	,188	,199	,192
	X3	-,386	,170	-,202	-,158	-,187	-,180
	X4	-,205	,161	-,111	-,151	-,106	-,101
	X5	-,036	,199	-,016	-,045	-,015	-,014
	X6	,335	,226	,127	,090	,124	,118
	X7	-,017	,267	-,006	-,070	-,005	-,005

a. Dependent Variable: Y

Untuk mengetahui besarnya nilai koefisien determinasi secara parsial digunakan rumus sebagai berikut:

$$KD = \beta \; x \; Zero \; order \; x \; 100\%$$

Setelah diketahui nilai Beta dan Zero-order dari masing-masing variabel, maka nilai koefisien determinasi dapat dihitung sebagai berikut:

1. Produk (X_1) = 0,115 x 0,063 x 100% = 0,72%
2. Harga (X_2) = 0,194 x 0,188 x 100% = 3,65%
3. Tempat (X_3) = (-0,202 x - 0,158) x 100% = 3,19%
4. Promosi (X_4) = (-0,111 x - 0,151) x 100% = 1,68%
5. Orang (X_5) = (-0,016 x - 0,045) x 100% = 0,07%
6. Sarana Fisik (X_6) = 0,127 x 0,090 x 100% = 1,14%
7. Proses (X_7) = (-0,006 x - 0,070) x 100% = 0,04%

Berdasarkan perhitungan diatas, maka diketahui bahwa Produk (*product*) (X_1) memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 0,72%, Harga (*price*) (X_2) memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 3,65%, Tempat (*place*) (X_3) memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 3,19%, Promosi (*promotion*) (X_4) memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 1,68%, Orang (*people*) (X_5) memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 0,07%, Sarana Fisik (*physical evidence*) (X_6) memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 1,14%, dan Proses (*process*) (X_7) memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 0,04%.