

SKRIPSI

THERESIA PIPIT SUGIANTO

**ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP VARIABEL
JASA TAKSI BLUE BIRD
DI SURABAYA**



No. 1	0714 /05
TGL	1 November 2004
P. 1	FE-a
No. LK. 1	ft-m Sug 45-1
KOP. KE	1 (satu)

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA**

2004

ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP VARIABEL JASA

TAKSI *BLUE BIRD* DI SURABAYA

SKRIPSI

Ini diajukan kepada

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

untuk memenuhi sebagian persyaratan

memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Jurusan Manajemen

OLEH :

THERESIA PIPIT SUGIANTO

3103000116

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

JUNI 2004

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP VARIABEL JASA

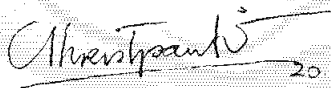
TAKSI *BLUE BIRD* DI SURABAYA

OLEH

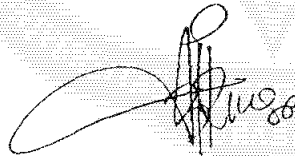
THERESIA PIPIT SUGIANTO

3103000116

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA UNTUK DIAJUKAN KE TIM PENGUJI

 20.07.09

PEMBIMBING I, Dra. Ec.Chr. Esti Susanti, MM

 20.07.09

PEMBIMBING II, Anna Triwijayanti, SE., M.si

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Theresia Pipit Sugianto NRP: 3103000116

Telah diuji pada tanggal 13 Juli 2004 Dan dinyatakan LULUS oleh

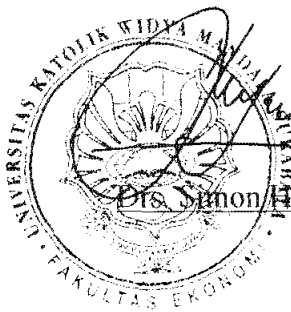
Ketua Tim Penguji :

Dra. Ec. Arini, MM

Mengetahui:

Dekan,

Ketua Jurusan,



Drs. Simon Hariyanto, Ak.

A handwritten signature in black ink, consisting of several loops and strokes, representing the signature of Drs. Ec. N. Agus Sunarjanto, MM.

Drs. Ec. N. Agus Sunarjanto, MM.

5. Orang tua dan kakak yang telah banyak membantu baik dalam doa maupun dorongan.
6. Teman-teman dari gereja Mawar Sharon yang telah banyak memberikan bantuan dalam penyusunan skripsi ini.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa senantiasa memberkati dengan limpah dan anugrah-Nya selalu menyertai mereka yang telah membantu penulis.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, sekecil apapun hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak yang memerlukan dan menambah perbendaharaan penelitian ilmiah

Surabaya, Juni 2004

Penulis

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya yang telah memberikan semangat, penghiburan dan kekuatan hati, untuk dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. Adapun penulisan skripsi ini untuk melengkapi syarat-syarat yang diperlukan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Penulis juga menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari banyak pihak, baik dosen maupun rekan-rekan yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran. Oleh karena itu penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Bapak Drs. Simon Hariyanto, Ak., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Drs. Ec. N. Agus Sunaryanto, MM., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu Dra. Ec. Chr. Esti Susanti, MM., selaku dosen pembimbing satu yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini.
4. Ibu Anna Triwijayanti, SE., M.si., selaku pembimbing dua yang juga telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
ABSTRAKSI	x
BAB I: PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Permasalahan.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	4
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	4
1.5. Sistematika Penelitian.....	5
BAB 2 : TINJAUAN KEPUSTAKAAN	7
2.1. Penelitian Terdahulu.....	7
2.2. Landasan Teori.....	8
2.2.1 Pengertian Pemasaran.....	8
2.2.2 Pengertian Perilaku Konsumen.....	9
2.2.3 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	10
2.2.4 Pengertian Sikap.....	18
2.2.5 Karakteristik Sikap.....	19

2.2.6	Fungsi Sikap.....	20
2.2.7	Sikap Terhadap Obyek.....	21
2.2.8	Pembentukan Sikap	25
2.2.9	Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pembentukan Sikap.....	27
2.2.10	Perubahan Sikap.....	29
2.2.11	Strategi Mengubah Sikap.....	30
2.2.12	Pengertian Produk.....	33
2.2.13	Klasifikasi Jasa.....	37
2.2.14	Kualitas Dalam Organisasi Jasa.....	40
2.2.15	Delapan Komponen Manajemen Jasa.....	43
BAB 3 : METODE PENELITIAN		48
3.1.	Desain Penelitian.....	48
3.2.	Identifikasi Variabel.....	48
3.3.	Definisi Operasional Variabel.....	49
3.4.	Jenis dan Sumber Data.....	51
3.5.	Pengukuran Data.....	52
3.6.	Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	52
3.7.	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	52
3.8.	Teknik Pengambilan Data.....	55
3.9.	Teknik Analisis Data.....	56
BAB 4 : ANALISIS DAN PEMBAHASAN		60
4.1.	Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	60

4.2. Deskripsi Data.....	63
4.3. Analisis Data.....	91
4.4. Pengujian Hubungan Sikap.....	96
4.5. Pembahasan.....	98
BAB 5 : SIMPULAN DAN SARAN	102
5.1. Simpulan.....	103
5.2. Saran.....	104
DAFTAR KEPUSTAKAAN.....	107
DAFTAR LAMPIRAN.....	108

DAFTAR TABEL

Nomor	Halaman
1. Usia.....	64
2. Pekerjaan.....	65
3. Pemasukan Per Bulan.....	65
4. Asal Mula Mengetahui Taksi <i>Blue Bird</i>	66
5. Frekuensi Jawaban Responden Untuk Variabel Produk	67
6. Frekuensi Jawaban Responden Untuk Variabel Waktu	68
7. Frekuensi Jawaban Responden Untuk Variabel Proses.....	70
8. Frekuensi Jawaban Responden Untuk Variabel Orang.....	72
9. Frekuensi Jawaban Responden Untuk Variabel Promosi.....	73
10. Frekuensi Jawaban Responden Untuk Variabel Bukti Fisik.....	75
11. Frekuensi Jawaban Responden Untuk Variabel Harga.....	76
12. Frekuensi Jawaban Responden Untuk Variabel Produk Taksi <i>Blue Bird</i>	78
13. Frekuensi Jawaban Responden Untuk Variabel Waktu Taksi <i>Blue Bird</i>	80
14. Frekuensi Jawaban Responden Untuk Variabel Promosi Taksi <i>Blue Bird</i>	82
15. Frekuensi Jawaban Responden Untuk Variabel Orang Taksi <i>Blue Bird</i>	84

16. Frekuensi Jawaban Responden Untuk Variabel Promosi Taksi	
<i>Blue Bird</i>	85
17. Frekuensi Jawaban Responden Untuk Variabel Bukti Fisik Taksi	
<i>Blue Bird</i>	87
18. Frekuensi Jawaban Responden Untuk Variabel Harga Taksi	
<i>Blue Bird</i>	89
19. Sikap Berdasarkan Kesan Umum.....	91
20. Komposisi Penumpang Jasa Taksi Berdasarkan Sikap Terhadap	
Variabel Jasa Taksi <i>Blue Bird</i>	94

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Halaman
1. Model Proses Kognitif Pengambilan Keputusan Konsumen.....	22



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Data Skor Jawaban Responden
- Lampiran 3. Perhitungan Korelasi Sikap Dengan Model Fishbein Dan Sikap
Metode Langsung Pada Responden
- Lampiran 4. Tabel t

ABSTRAKSI

Penelitian ini mengenai sikap konsumen terhadap objek, yang berfokus pada sikap konsumen terhadap variabel jasa Taksi *Blue Bird* di Surabaya. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimanakah sikap konsumen terhadap variabel jasa Taksi *Blue Bird* di Surabaya, apakah positif atau negatif.

Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian dengan hipotesis untuk mengetahui konsistensi sikap konsumen dalam menilai variabel jasa Taksi *Blue Bird* di Surabaya. Hal ini dapat diketahui dengan adanya korelasi antara model Fishbein dan metode langsung. Skala pengukuran yang digunakan adalah *monopolar semantic differential scale* (skala jenjang selisih semantik monopolar). Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan teknik pengambilan sampelnya yaitu *non probability sampling* jenis *judgement sampling*.

Penghitungan data untuk menganalisis sikap menggunakan dua metode, yakni model Fishbein dan metode langsung. Hasil kedua metode akan dibandingkan dan diuji apakah terdapat korelasi yang menyatakan hasil penelitian signifikan. Dengan demikian dapat diketahui apakah konsumen konsisten dalam menilai variabel jasa Taksi *Blue Bird*.

Dari hasil perhitungan sikap dengan model Fishbein didapat bahwa interpretasi sikap terhadap variabel jasa Taksi *Blue Bird* secara keseluruhan berada pada ranking baik, sedangkan dengan metode langsung rankingnya biasa saja namun tidak ada yang mendapat ranking tidak suka. Dapat disimpulkan hasil kedua metode adalah sikap konsumen positif terhadap variabel jasa Taksi *Blue Bird*. Kemudian, dari hasil pengujian hubungan sikap kedua metode didapatkan hasil korelasi yang signifikan. Ini berarti konsumen konsisten dalam menilai variabel jasa Taksi *Blue Bird*. Sehingga dapat disimpulkan bahwa sikap konsumen positif terhadap variabel jasa Taksi *Blue Bird* di Surabaya.