

# ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI TINGKAT PENDAPATAN PEDAGANG PASAR TRADISIONAL DI KOTA YOGYAKARTA

Salamatun Asakdiyah dan Tina Sulistiyani  
Dosen Tetap Fakultas Ekonomi Universitas Ahmad Dahlan, Yogyakarta  
Volume XVI, Nomor 2, Agustus 2005 halaman 129-140



**ANALISIS STOCK SPLIT SIGNAL PADA FUTURE PROFITABILITY PERUSAHAAN  
YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK JAKARTA**

*Asih P. Sari, SE., M.Si., dan Dr. Djoko Susanto, MSA., Akuntan*

**PERSEPSI KEPUASAN TERHADAP KESUKSESAN KARIR DOSEN  
PENGURJAN TINGGI SWASTA (PTS) DI KOPERTIS WILAYAH V DIY**

*Ani Muttaqiyathun, SE., M.Si.*

**PELUANG DAN TANTANGAN TENAGA KERJA DI KABUPATEN SLEMAN  
DALAM PERSEKUTIF SEKTORAL DAN SPASIAL**

*Dra. Mufidhatul Khasanah, M.Si.*

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI TINGKAT PENDAPATAN  
PEDAGANG PASAR TRADISIONAL DI KOTA YOGYAKARTA**

*Dia. Salamatun Asakdiyah, M.Si. dan Tina Sulistiyani, SE., MM.*

**AUDIT VALUE FOR MONEY MENUJU AKUNTABILITAS PUBLIK**

*Julianto Agung Saputro, SE., S.Kom., M.Si.*

**PENGARUH KELOMPOK INDUSTRI, BASIS PERUSAHAAN,  
DAN TINGKAT RETURN TERHADAP KUALITAS PENGUNGKAPAN SUKARELA  
DALAM LAPORAN TAHUNAN: STUDI EMPIRIS DI BURSA EFEK JAKARTA**

*Inge Gunawan, SE., M.Si. dan Dr. Djoko Susanto, MSA., Akuntan*



ISSN 0853-1269 - Akreditasi No. 118/DIKT/TKep/2001

Rp7.500,-

JAM Vol 15 No 1 April 2004.pdf - Adobe Acrobat Reader DC (32-bit)

File Edit View Sign Window Help

Home Tools JAM Vol 16 No 2 A... JAM Vol 15 No 1 A...

Sign In

2 / 91 50%

**JURNAL**  
ALUMNUS MANAJEMEN

**Editorial staff Jurnal Alumnus Manajemen (JAM)**

**Editor in Chief**  
Diplo Susanto  
STIE YKPN Yogyakarta

**Managing Editor**  
Sinta Sudarni  
STIE YKPN Yogyakarta

**Editors**

Al Maryoto Janggi Universitas Gadjah Mada	Indra Wigaya Kusuma Universitas Gadjah Mada
Arul Ramelan Kamono Universitas Gadjah Mada	Jogjanto H M Universitas Gadjah Mada
Angel Susilo Universitas Gadjah Mada	Mardiana Universitas Gadjah Mada
Bana Swastha Dharmadenta Universitas Gadjah Mada	Suwarno Universitas Gadjah Mada
Diplo Susanto STIE YKPN Yogyakarta	Suradi Human Universitas Gadjah Mada
Imro Pulidanti STIE YKPN Yogyakarta	Suwandjono Universitas Gadjah Mada
Cudono Universitas Gadjah Mada	Tandililin Edhwardus Universitas Gadjah Mada
Harnomo Universitas Gadjah Mada	Zaki Hardeman Universitas Gadjah Mada

**Editorial Secretary**  
Budy Bekhtam  
STIE YKPN Yogyakarta

**Editorial Office**  
Pusat Penelitian STIE YKPN Yogyakarta  
Jalan Seturan Yogyakarta 5528  
Telpom 0274 463046, 463131 Fax. 0274 463081  
<http://www.stieykn.ac.id/jurnal>

Type here to search

33°C 11:41 15/08/2021

JAM Vol 15 No 1 April 2004.pdf - Adobe Acrobat Reader DC (32-bit)

File Edit View Sign Window Help

Home Tools JAM Vol 16 No 2 A... JAM Vol 15 No 1 A...

Sign In

3 / 91 50%

**JURNAL**  
ALUMNUS MANAJEMEN

**DARI REDAKSI**

**Pembaca yang terhormat,**

Selamat datang kembali dengan Jurnal Alumnus Manajemen (JAM) STIE YKPN Yogyakarta Edisi April 2004. Kami telah melakukan beberapa perubahan signifikan dan ini JAM. Di samping perubahan-perubahan tersebut, kami juga menambahkan halaman bagi para pembaca dalam menyajikan informasi artikel-artikel yang lebih menarik pada edisi JAM, sehingga dengan cara menyajikan artikel-artikel tersebut di website STIE YKPN Yogyakarta ([www.stieykn.ac.id](http://www.stieykn.ac.id)) serta bisa lebih banyak diakses oleh pembaca melalui perkembangan JAM berdasarkan konsep keorganisasian, struktur, dan prosedur. Pendidikan Tinggi Depdiknas Pendidikan Nasional Republik Indonesia Nomor 115/2003/Depdiknas.

Dalam JAM Edisi April 2004 ini, Diadakan 6 Artikel Bahas Berjudul: Analisis Swastika, Strategi pada Pemasaran Produk, Perilaku yang Terlihat di Bursa Efek Jakarta, Pengaruh Kepuasan Terhadap Kinerja dan Kinerja Pegawai, Tingkat Swastika (PT) di Eksperimen Wilayah V DVI, Peningkatan

Tarung dan Kerja di Kabupaten Gunung dan Persepsi Substansi dan Spesial, Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Pendidikan Pegawai Pagar Transmisi di Era Yogyakarta, Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kinerja Pegawai, dan Pengaruh Kaitannya dengan, Bisnis Perumahan dan Tingkat Persepsi, Kebijakan Keuangan, Penganggaran, Sistem Akuntansi Laporan Tahunan, Studi Empiris di Bursa Efek Jakarta.

Kami mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan kontribusinya pada penerbitan JAM Edisi April 2004 ini. Dengan kami mengucapkan artikel-artikel pada JAM tersebut dapat memberikan nilai tambah informasi dan pengetahuan dalam bidang Manajemen, dan Ekonomi Pembangunan bagi para pembaca. Selamat menikmati artikel-artikel pada edisi ini dan semoga jumpa pada edisi Agustus 2004 dengan artikel-artikel yang lebih menarik.

**REDAKSI**

Type here to search

33°C 11:42 15/08/2021

JAM Vol 15 No 1 April 2004.pdf - Adobe Acrobat Reader DC (32-bit)

File Edit View Sign Window Help

Home Tools JAM Vol 16 No 2 A... JAM Vol 15 No 1 A... x

4 / 91

50%

Sign In

**JURNAL**  
Ekonomi dan Bisnis

**DAFTAR ISI**

**ANALISIS STOCK SPLIT SIGNAL BADA FUTURE PROFITABILITI PERUBAHAN YANG TERDAPAT TERHADAP KALITA KALIA**  
Ari P. Sari, SE, M.Si, dan Dr. Didi Sumantri, MEd, Akuntansi 7

**PERSEKUTUAN TERHADAP PLEDIGIAN DAN BODEN PERKANTONGAN (INSTRUMENTAL) BELAKANG WILAYAH DAY**  
Drs. Mulya Pratomo, SE, M.Si 22

**PELIANG DAN TANTANGAN TENAGA KERJA KARBURTI DAN LADIAN DALAM PERSEKUTIP SEKTORAL DAN SIKAL**  
Drs. Anggahwati, Akuntansi, M.Si 23

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI TINGKAT PENDAPATAN PEDAGANG PASAR TRADISIONAL DI KOTA YOGYAKARTA**  
Drs. Soloman Andhikah, M.Si, dan Tim Sulistyani, SE, MM 55

**ACRIT VALUE FOR MONEY MENYUKAI ANTARUMUMAH PUBLIK**  
Juliana Ageng Septina, SE, S.Kom, M.Si 57

**PENGARUH BELAKANG NEGATIF BAGI PERUBAHAN DAN TINGKAT LAYAN TERHADAP KUALITAS PENGANGKAPAN SERTADAL ALAPRAN TERHADAP STUDI DI PERSEKUTIP KALITA KALIA**  
Sugi Chandra, SE, M.Si, dan Dr. Didi Sumantri, MEd, Akuntansi 73

Type here to search

33°C 11:42 15/08/2021

JAM Vol 15 No 1 April 2004.pdf - Adobe Acrobat Reader DC (32-bit)

File Edit View Sign Window Help

Home Tools JAM Vol 16 No 2 A... JAM Vol 15 No 1 A... x

59 / 91

50%

Sign In

**JURNAL**  
Ekonomi dan Bisnis

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI TINGKAT PENDAPATAN PEDAGANG PASAR TRADISIONAL DI KOTA YOGYAKARTA**  
Soloman Andhikah ?  
Tim Sulistyani ?

**ABSTRACT**

This research was to know income level of traditional market sellers in city of Yogyakarta, analyzing factors that influence toward level of income of the sellers, and knowing above element factor that influence toward the seller's income in city of Yogyakarta. Sample was taken by purposive sampling method of 100 respondents. This research was conducted in four traditional market that located in city of Yogyakarta that is Demangan, Kwagang, Senei, and Pucungrejo market. The research used multiple regression analysis method. This research showed that level of income of the traditional sellers was influenced by some factors including working capital, working hours, number of workers, and length of business. Working capital was the most influencing factor toward level of income. Result of the regression coefficient individually showed that working capital, number of workers, and length of business variables positively and significantly influenced toward level of income of the sellers. Meanwhile working hours variable did not influenced significantly toward level of income of the traditional sellers in city of Yogyakarta. Working capital, working hours, number of work, and length of business variables can explained level of income about 69.7% and the rest of 30.3% was caused by other variables which were not included in this model.

**Keywords:** Traditional market seller, income of the sellers, working capital, working hours, number of workers and length of business.

**PENDAHULUAN**

Dampak dari proses globalisasi dan liberalisasi perdagangan dunia telah membawa terjadinya perubahan-perubahan yang drastis terhadap lingkungan bisnis. Hal yang signifikan dan penting yang mempengaruhi bisnis tradisional, baik dalam segi manajemen, pemasaran, teknologi informasi, dan lainnya, semua perubahan tersebut telah menimbulkan tantangan tersendiri bagi pelaku perdagangan tradisional. Dalam situasi ini maka pedagang bisnis tradisional harus beradaptasi dengan tingkat persaingan (D'Arco, 1999). Pedagang bisnis tradisional dihadapkan dengan persaingan dengan pesaing yang semakin ketat di pasar dan tidak ada tempat pasar yang selamanya bebas dari persaingan. Di Indonesia, tidak ada bidang usaha yang merupakan subjek dari perkembangan ekonomi global.

\*). Drs. Soloman Andhikah, M.Si, dan \*\*) Tim Sulistyani, SE, MM, adalah Dosen Tetap Fakultas Ekonomi Universitas Ahmad Dahlan, Yogyakarta.

55

Type here to search

33°C 11:44 15/08/2021



JAM Vol 15 No 1 April 2004.pdf - Adobe Acrobat Reader DC (32-bit)

File Edit View Sign Window Help

Home Tools JAM Vol 16 No 2 A... JAM Vol 15 No 1 A... x

62 / 91 50%

Sign In

Analisis Faktor-faktor ...

Penggunaan tenaga kerja dapat pula mempengaruhi jumlah produksi pedang paku (Gurmito, 1996) dan Chandra (1987) menjelaskan bahwa dengan tambahan jumlah tenaga kerja akan meningkatkan adanya produksi yang lebih baik kepada konsumen. Hal ini akan semakin meningkatkan produksi. Adanya cara ini akan dapat menarik modal-pedangan yang lebih banyak dan lebih meningkatkan spesifikasi produksi-pedangan.

Pengaruh pengalaman berusaha terhadap tingkat produksi pedangan telah diteliti dalam penelitian Tjiprono (1993) dengan fokus studi yang dilakukan: Sri Ed. Dronono et al (1986). Lentera seorang pelaku bisnis memiliki bidang usahanya akan mempengaruhi tingkat produksi-pedangan. Semakin luas wawasan bidang usaha-pedangan akan semakin meningkatkan produksi-pedangan, tetapi tingkat produksi-pedangan akan semakin berkurang dan semakin banyak pula modal yang akan digunakan yang belum diteliti.

**HIPOTESIS PENELITIAN**

Kelompokan penelitian yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Tingkat produksi pedangan paku tradisional dipengaruhi oleh faktor modal usaha, jumlah tenaga kerja, dan lama usaha.
2. Jumlah tenaga kerja berpengaruh signifikan dengan pengaruh yang berbeda.
3. Salah satu dari faktor-faktor tersebut merupakan tingkat pengaruh yang lebih besar dibandingkan faktor-faktor lainnya.

**Gambar 1**  
Faktor-faktor yang Mempengaruhi Terhadap Tingkat Produksi Pedangan Paku

58

JAM Vol 15 No 1 April 2004.pdf - Adobe Acrobat Reader DC (32-bit)

File Edit View Sign Window Help

Home Tools JAM Vol 16 No 2 A... JAM Vol 15 No 1 A... x

63 / 91 50%

Sign In

Analisis Faktor-faktor ...

**METODE PENELITIAN**

**Populasi dan Sampel**

Penelitian dalam penelitian ini adalah pedangan paku tradisional yang berproduksi di dalam pasar tradisional yang ada di Kota Yogyakarta. Adapun karakteristik adalah unit usaha (*unit enterprise*) dan bukan perusahaan manufaktur.

Responden penelitian ditentukan dengan metode *purposive sampling*. Sampel diambil berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditetapkan melalui ahli (Cooper dan Hwang, 1987; Babbie, 1997). Pemilihan kriteria sampel didasarkan agar lebih tinggi tingkat keterwakilan. Adapun kriteria responden adalah sebagai berikut:

- a. Pedangan paku yang berproduksi di dalam pasar dan tidak ada di luar pasar.
- b. Jenis mata dagangan/produksi di dalam dan di luar pasar sebagai berikut: (1) peralatan rumah tangga, (2) pakaian dan (3) makanan.
- c. Jumlah responden ditentukan dengan tingkat produksi minimal sebesar C20 dengan tingkat produksi 5%, sehingga jumlah sampel dapat ditentukan dengan rumus sebagai berikut (Djavanmard dan Folegari, 1994):

$$n = \frac{1,96^2}{E^2} \times p \times q$$

$$n = \frac{1,96^2}{0,20^2} \times 0,5 \times 0,5$$

$$n = 100$$

Lalu penelitian dilakukan di setiap pasar tradisional yang berada di Kota Yogyakarta yaitu: (1) Pasar Durenbaki dan (2) Pasar Gunungmali dan (3) Pasar Krapyak dan (4) Pasar Tugu yang memiliki daerah Kota Yogyakarta bagian barat. (5) Pasar Samudra bagian di sisi timur bagian selatan dari Kota Yogyakarta bagian tengah, dan Pasar Prambanan.

berdasarkan di Kota Prambanan yang memiliki daerah Kota Yogyakarta bagian utara. Konsepnya dipilih karena dipandang cukup mewakili kawasan pasar tradisional di Kota Yogyakarta bila dilihat dari variasi jenis mata dagangan dan skala besarnya pasar. Sedangkan pasar yang ada di Kota Yogyakarta berjumlah 17 pasar.

Berdasarkan jumlah 17 lokasi yang diteliti, dipilih lokasi yang pedangan paku tradisional di Kota Yogyakarta, karena responden yang menghasilkan informasi sebanyak 100 pedangan. Dengan demikian, tingkat pengisian kuisioner (*response rate*) sebesar 10%. Adapun persentase pengisian kuisioner dapat dilihat dalam tabel sebagai berikut:

**Tabel 1**  
Persentase Pengisian Kuisioner

Pasar	Jumlah (orang)	Persentase
Durenbaki	25	25%
Krapyak	25	25%
Samudra	25	25%
Prambanan	25	25%
Jumlah	100	100%

Sumber: Data Primer.

**Metode Pengumpulan Data**

Data primer untuk penelitian ini dikumpulkan melalui daftar pertanyaan yang diajukan kepada pedangan paku. Data primer di gunakan untuk mengetahui variabel penelitian. Data primer yang dikumpulkan melalui pedangan paku, modal usaha, jumlah tenaga kerja dan lama usaha.

Data primer yang lebih diperoleh adalah dengan menggunakan kuisioner program SPSS. Kemudian ini data sekunder dikumpulkan melalui studi kepustakaan yang dapat dilakukan oleh peneliti untuk mendukung hasil penelitian. Sumber data sekunder lainnya adalah literatur-literatur mengenai permasalahan seperti Kantor Kulkulmba, Kantor Kulkulmba, Kantor Departemen Ekspor, Pengusaha Kecil dan Menengah, dan Dinas Peta.

59

JAM Vol 15 No 1 April 2004.pdf - Adobe Acrobat Reader DC (32-bit)

File Edit View Sign Window Help

Home Tools JAM Vol 16 No 2 A... JAM Vol 15 No 1 A... x

64 / 91

50%

Sign In

**Identifikasi Variabel dan Skala Pengukuran**

Untuk menguji hipotesis penelitian variabel yang digunakan adalah:

1. Variabel Terikat
2. Variabel Bebas

**Metode Analisis**

Untuk melakukan penelitian hipotesis, penelitian ini menggunakan metode analisis statistik. Analisis statistik digunakan untuk mengetahui adanya pengaruh dari model, jenis kerja, jumlah tenaga kerja, dan jenis usaha terhadap pendapatan. Pengujian dilakukan dengan menggunakan model regresi berganda dengan metode least square. Hasil yang dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \epsilon$$

Dimana:  
Y = Tingkat Pendapatan  
X<sub>1</sub> = Jumlah Modal/Usaha  
X<sub>2</sub> = Jenis Kerja  
X<sub>3</sub> = Jumlah Tenaga Kerja

**Analisis Faktor-Bekerja**

Untuk menguji hipotesis yang dikemukakan, maka digunakan uji t dan uji F. Uji t digunakan untuk mengetahui variabel bebas yang berpengaruh secara individual. Sedangkan uji F digunakan untuk mengetahui apakah secara bersama-sama variabel-variabel bebas tersebut dapat menjelaskan variabel terikat.

Model regresi berganda dapat digunakan apabila tidak terjadi penyimpangan umum-selama analisis. Untuk mengetahui hal ini, maka uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji normalitas (Gujarat, 1993; Simandjuna, 1993).

**HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

**Variabel Analisis**

Untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat pendapatan pegawai negeri di Kota Yogyakarta digunakan variabel analisis yang terdapat dari variabel bebas dan variabel terikat. Dalam penelitian ini tingkat pendapatan digunakan sebagai variabel terikat, sedangkan jumlah modal usaha, jumlah jenis kerja, jumlah tenaga kerja, dan jenis usaha digunakan sebagai variabel bebas.

Model regresi berganda yang digunakan untuk menganalisis tingkat pendapatan dari ketiga variabel bebas adalah: **Model Regresi Berganda**, **Model Regresi Berganda**, **Model Regresi Berganda**, dan **Model Regresi Berganda**. Adapun hasil perhitungan masing-masing variabel analisis dapat dipaparkan sebagai berikut:

JAM Vol 15 No 1 April 2004.pdf - Adobe Acrobat Reader DC (32-bit)

File Edit View Sign Window Help

Home Tools JAM Vol 16 No 2 A... JAM Vol 15 No 1 A... x

65 / 91

50%

Sign In

**Analisis Faktor-Bekerja**

Untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat pendapatan pegawai negeri di Kota Yogyakarta digunakan variabel analisis (X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>, X<sub>3</sub>) dan variabel terikat (Y) sebagai variabel-variabel bebas. Sedangkan uji t digunakan untuk mengetahui apakah secara bersama-sama variabel-variabel bebas tersebut dapat menjelaskan variabel terikat.

Dalam penelitian ini, responden yang diambil sebagai sampel berjumlah 100 orang pegawai negeri di Kota Yogyakarta yang meliputi Pegawai Negeri Sipil (PNS), Pegawai Negeri Madya (PNM), dan Pegawai Negeri Swasta (PNSW).

Untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat pendapatan pegawai negeri di Kota Yogyakarta digunakan variabel analisis (X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>, X<sub>3</sub>) dan variabel terikat (Y) sebagai variabel-variabel bebas. Sedangkan uji t digunakan untuk mengetahui apakah secara bersama-sama variabel-variabel bebas tersebut dapat menjelaskan variabel terikat.

Dalam penelitian ini, responden yang diambil sebagai sampel berjumlah 100 orang pegawai negeri di Kota Yogyakarta yang meliputi Pegawai Negeri Sipil (PNS), Pegawai Negeri Madya (PNM), dan Pegawai Negeri Swasta (PNSW).

JAM Vol 15 No 1 April 2004.pdf - Adobe Acrobat Reader DC (32-bit)

File Edit View Sign Window Help

Home Tools JAM Vol 16 No 2 A... JAM Vol 15 No 1 A... x

66 / 91

50%

Sign In

Am: (18) WJN: Sederhanan dan Teras Sederhanan Analisis Faktor Berbasis...

**Tabel 2**  
Hasil Analisis Regresi Berganda

Variabel	Koefisien	Nilai T	Probabilitas
Konstanta	-112,1914	-1,148	0,253
Model (Dua)(x)	0,06	7,96	0,00
Jam Kerja(x <sub>1</sub> )	1,008,57	0,11	0,929
Jumlah Tempo Kerja(x <sub>2</sub> )	79,302,78	1,35	0,181
Lama Usia(x <sub>3</sub> )	11,67,48	2,37	0,020

R = 0,83; R<sup>2</sup> = 47,74%; F = 54,845; Sig. F = 0,000

Sumber: Data Primer, diolah.

Berdasarkan tabel yang telah disajikan, maka dapat dikatakan bahwa hasil pengujian koefisien regresi secara individual dengan uji t menunjukkan bahwa variabel model (dua), variabel jumlah tempo kerja (x<sub>1</sub>) dan variabel lama kerja (x<sub>2</sub>) secara signifikan mempengaruhi tingkat pendapatan pedagang pasar di Kota Yogyakarta (P < 0,05). Sedangkan variabel jumlah kerja (x<sub>3</sub>) tidak signifikan mempengaruhi tingkat pendapatan pedagang pasar di Kota Yogyakarta (P > 0,05).

Berdasarkan hasil perhitungan terhadap uji t, maka dapat dikatakan bahwa di antara beberapa variabel yang mempengaruhi tingkat pendapatan pedagang pasar tradisional di Kota Yogyakarta, maka variabel model (dua) adalah variabel yang mempunyai pengaruh paling besar terhadap variabel tingkat pendapatan pedagang pasar.

Hasil pengujian koefisien regresi secara serempak dengan uji F menunjukkan nilai F hitung sebesar 54,845. Sedangkan dengan uji F tabel sebesar 2,46. Nilai F hitung lebih besar dari F tabel. Hal ini menunjukkan bahwa variabel-variabel bebas secara serempak akan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat. Hal ini berarti variabel model (dua), variabel jumlah tempo kerja, dan variabel lama kerja secara bersama-sama mampu mempengaruhi variabel tingkat pendapatan pedagang pasar.

Nilai R<sup>2</sup> sebesar 0,477 menunjukkan bahwa variabel model (dua), variabel jumlah tempo kerja, dan variabel lama kerja dapat

mempengaruhi tingkat pendapatan pedagang pasar sebesar 47,74%, sedangkan sisanya yang sebesar 50,26% disebabkan oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian.

Berdasarkan hasil pengujian uji t, dapat disimpulkan bahwa variabel model (dua) secara signifikan mempengaruhi tingkat pendapatan pedagang pasar di Kota Yogyakarta. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu (Purwati, 1995; dan lain-lain, 1996; Santoso, 1999). Hal ini berarti model (dua) merupakan salah satu faktor penting untuk meningkatkan pendapatan pedagang pasar. Dengan model yang sudah baik, maka akan meningkatkan pendapatan pasar secara keseluruhan, sehingga meningkatkan kesejahteraan masyarakat yang lebih luas.

Untuk dapat menjaga kualitas pengelolaan tingkat pendapatan pedagang pasar, Hal ini berarti instansi terkait operasi pedagang pasar perlu memperhatikan beberapa hal yang mempengaruhi tingkat pendapatan pedagang pasar yang diperoleh. Hal ini dilakukan perantara yang bertanggung jawab pada proses ini, sehingga berkembangnya usaha operasi pedagang tidak mengabaikan pendapatan pedagang pasar.

Variabel lama kerja secara signifikan mempengaruhi tingkat pendapatan pedagang pasar. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Sari (Irawati et al, 1996). Hal ini menunjukkan bahwa semakin lama pedagang pasar memiliki bidang usahanya, semakin banyak

JAM Vol 15 No 1 April 2004.pdf - Adobe Acrobat Reader DC (32-bit)

File Edit View Sign Window Help

Home Tools JAM Vol 16 No 2 A... JAM Vol 15 No 1 A... x

67 / 91

50%

Sign In

Am: (18) WJN: Sederhanan dan Teras Sederhanan Analisis Faktor Berbasis...

penelitian dan berbagai olah kanvas ini, semakin banyak digunakan dalam berbagai media dan bentuk tingkat pendapatan yang diperoleh.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Santoso (1996). Hal ini menunjukkan bahwa semakin banyak tempo kerja yang dimasukkan ke dalam model penelitian yang lebih baik dari uji koefisien regresi linier. Dengan koefisien regresi yang signifikan dan menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap variabel tingkat pendapatan pedagang pasar.

Uji Anomali Klasik

Model regresi berganda dapat digunakan apabila tidak terdapat pelanggaran asumsi-asumsi klasik. Untuk menguji asumsi-asumsi tersebut, maka model regresi berganda ini diuji dengan uji anomali klasik, yaitu uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi.

Berdasarkan hasil uji normalitas dengan analisis koefisien F-test, maka dapat dikatakan bahwa koefisien normalitas di bawah 0,1. Dengan demikian, pada model regresi yang digunakan tidak terdapat pelanggaran yang serius untuk asumsi normalitas.

Hasil uji heteroskedastisitas dengan analisis koefisien Durbin Watson menunjukkan bahwa nilai uji t, x<sub>1</sub>, x<sub>2</sub>, dan x<sub>3</sub> menunjukkan probabilitas < 0,05. Hal ini berarti bahwa pada saat pengujian tidak terdapat pelanggaran. Sedangkan hasil uji autokorelasi dengan analisis koefisien Durbin Watson (D.W) menunjukkan nilai Durbin Watson hitung sebesar 1,52. Nilai hitung tersebut menunjukkan bahwa tidak ada pelanggaran yang signifikan.

Berdasarkan uji anomali klasik dapat disimpulkan bahwa tidak adanya pelanggaran normalitas, menunjukkan bahwa tidak ada kendala untuk variabel bebas yang digunakan. Selain itu, tidak adanya pelanggaran menunjukkan bahwa variabel terikat gangguan dari suatu observasi ke observasi lainnya tidak berarti, sehingga tidak adanya pengaruh

menunjukkan menunjukkan bahwa gangguan pada suatu observasi tidak berakibat dengan gangguan observasi yang lain.

SIMPULAN

Tingkat pendapatan yang diperoleh pedagang pasar tradisional di Kota Yogyakarta rata-rata sebesar Rp. 479.000,00 per minggu. Sedangkan jumlah modal modal yang digunakan rata-rata sebesar Rp. 479.000,00 per minggu. Sedangkan jumlah modal yang digunakan rata-rata sebesar Rp. 3.193.000,00. Pedagang pasar tradisional di Kota Yogyakarta beroperasi secara tradisional modal yang dimiliki oleh pedagang pasar rata-rata sebesar 4,57 juta per bulan. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata modal operasi pedagang pasar tradisional tidak cukup untuk bisa dilakukan dengan tingkat pendapatan yang diperoleh.

Sedangkan jumlah tempo kerja yang digunakan pedagang pasar rata-rata sebesar 1,35 jam. Hal ini menunjukkan bahwa modal perdagangan di pasar tradisional cukup memadai untuk dapat mempengaruhi tingkat pendapatan pedagang pasar. Pedagang tradisional di Kota Yogyakarta rata-rata memiliki modal rata-rata sebesar 4 juta. Hal ini menunjukkan bahwa modal modal yang digunakan, jumlah tempo kerja, dan lama kerja yang digunakan, secara keseluruhan yang mempengaruhi tingkat pendapatan pedagang pasar. Hal ini menunjukkan bahwa faktor yang paling dominan mempengaruhi tingkat pendapatan pedagang pasar.

JAM Vol 15 No 1 April 2004.pdf - Adobe Acrobat Reader DC (32-bit)  
File Edit View Sign Window Help

Home Tools JAM Vol 16 No 2 A... JAM Vol 15 No 1 A... x

68 / 91 50%

DAFTAR PUSTAKA

Alimudin, I. (1987). "Batas Minimum Kredit Untuk Pedagang Kecil". *Prisma*, No. 7/D. XVI.1, 49-51.

Ali, T.H. (1994). "Keterampilan Peningkatan Peran dalam Pemenuhan Kebutuhan Industri". dalam *Departemen Ekspansi dan Pemukiman Pengusaha Kecil, Pola Pikir Pemula Peran dan Pedagang Kaki Lima*. Jakarta.

Arjuna, N.G.B. (1997). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Peningkatan Pemenuhan Kebutuhan Industri/Pengusaha Perseorangan. *STIP* Jakarta (tidak dipublikasikan).

Bakula, E. (2005). *The Practice of Social Research*. di. I.I. Belmont. Wadsworth Publishing Company.

Chandler, G. (1997). "Waktu Pedagang di Peran Desa-desa". *Prisma* No. 10/D. XVI.H. 50-52.

Cooper, D.R. dan C.W. Essey (1997). *Business Research Methods*. J.G. M. Chicago: Irwin.

D'Aranyi, R.A. dan E. Grantham (1994). *Hypertext: Managing the Dynamics of Strategic Management*. New York: The Free Press.

Departemen Ekspansi (1996). *Pola Pemukiman dan Pengembangan Usaha Ekspansi Pedagang/Peran Ekspansi Sektor Usaha dan Ekspansi Usaha yang Mempunyai Tiga-Tahap*. Jakarta.

Djermam, dan P. Soegarto (1994). *Statistik Industri Yogyakarta*. BPFE.

Goati, E. (1996). "Batas Layer Strategi". *Ekonomika*, No. 40. Th. XVI. C/Indoh. 36-38.

Gujarati, D. (1997). *Ekonomika Desa*. a.h. Jakarta: Zain, Maarta: Erlangga.

Hidayat (1978). "Peranan dan Peran serta Program Pengembangan Ekspansi". *Prisma*, No. 4 Desember. 41-44.

Mohammad F. (1994). "Peran Mula Ekspansi dan Pemukiman Ekspansi". dalam *Departemen Ekspansi dan Pemukiman Pengusaha Kecil, Pola Pikir Pemula Peran dan Pedagang Kaki Lima*. Jakarta.

Mulya, M.I. (1991). *Implikasi Program Kelangkaan dan Kebijakan Perdagangan Terhadap Sektor Informal di Kecamatan Sewan Kecamatan Pengasinan, Kota Program Paise Sektor Universitas Himpunan Unggul Padang* (tidak dipublikasikan).

Kedokteran Rakyat. 18 Agustus 1997.

Koran, No. 2. Th. 1. 31 Maret 1997.

Purwanto, H.M. (1994). "Manajemen Pemukiman Peran". dalam *Departemen Ekspansi dan Pemukiman Pengusaha Kecil, Pola Pikir Pemula Peran dan Pedagang Kaki Lima*. Jakarta.

Propak. 11 Maret 1997.

Santunji (1996). *Peranan Pemukiman dan Pengembangan Berusaha Pada Sektor Informal*. Studi Kasus PMSM dan Murni dan Kemandirian Yogyakarta. Skripsi Fakultas Ekonomi UGM Yogyakarta (tidak dipublikasikan).

64

Type here to search 33°C 11:46 15/08/2021

JAM Vol 15 No 1 April 2004.pdf - Adobe Acrobat Reader DC (32-bit)  
File Edit View Sign Window Help

Home Tools JAM Vol 16 No 2 A... JAM Vol 15 No 1 A... x

69 / 91 50%

DAFTAR PUSTAKA

Sinungga, J.A. (1987). "Keterampilan dan Indikator Kaki Lima". *Prisma*, No. 7 Th. XVI. 10.1, 19-22.

Sunandari, H. (1997). *Ekonomika dan Pengembangan Usaha*. Erlangga.

Sunanto, S.E. et al. (1987). *Laporan Penelitian Studi Kelayakan Pengembangan Sektor Informal*. Jakarta: PPSU dan LSP.

Syamsudin, et al. (1987). *Laporan Penelitian Pengembangan Sektor Informal: Sebagai Alternatif Pengembangan, Padang*. PISL Universitas Andalas.

65

Type here to search 33°C 11:47 15/08/2021



JAM Vol 15 No 1 April 2004.pdf - Adobe Acrobat Reader DC (32-bit)

File Edit View Sign Window Help

Home Tools JAM Vol 16 No 2 A... JAM Vol 15 No 1 A... x Sign In

70 / 91 50%

66

Type here to search 33°C 11:47 15/08/2021

**ANALISIS HUBUNGAN ANTARA KUALITAS PELAYANAN DAN  
KEPUASAN PELANGGAN DALAM PEMBENTUKAN INTENSI  
PEMBELIAN KONSUMEN MATAHARI GROUP  
DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

**Salamatun Asakdiyah**

**Dosen Tetap Fakultas Ekonomi Universitas Ahmad Dahlan, Yogyakarta  
Volume XVI, Nomor 2, Agustus 2005 halaman 129-140**

VOLUME XVI, NOMOR 2, AGUSTUS 2005

ISSN: 0853 - 1259



Tersakreditasi No. 26/DIKTI/Kep/2005

**PENGARUH KECERDASAN EMOSIONAL PADA PEMAHAMAN PENGETAHUAN AKUNTANSI  
DI TINGKAT PENGANTAR DENGAN PENALARAN DAN PENDEKATAN SISTEM**

*Suzalhyo Hariningsih, SE., M.Si.,  
Sri Suyaningrum, SE., M.Si., Akuntan, dan Windyastuti, SE., M.Si.*

**PERAN SALING MELengkapi LABA DAN ARUS KAS OPERASI  
DALAM MENJELASKAN VARIASI RETURN SAHAM**

*Dr. Djoko Susanto, MSA., Akuntan dan Des. Baldric Singar, MBA, Akuntan*

**INDUSTRY POLICY AND TECHNOLOGY TRANSFER: REVIEW AND ANALYSIS OF THE  
INDONESIAN AUTOMOTIVE INDUSTRY DURING NEW ORDER ERA**

*Fahmy Rahdi, MBA, PhD.*

**PENGARUH FRAMING, PERTANGGUNGJAWABAN, DAN JENIS KELAMIN  
DALAM KEPUTUSAN INVESTASI TAMBAHAN: KEPUTUSAN INDIVIDUAL DAN GRUP**

*Dr. Fr. Ninik Yudianti, M.Acc., dan Dr. Eko Widodo Lo, SE., M.Si.*

**ANALISIS HUBUNGAN ANTARA KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN  
DALAM PEMBENTUKAN INTENSI PEMBELIAN KONSUMEN MATAHARI GROUP  
DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

*Dra. Selamatun Asakdiyah, M.Si.*

**KONSEP DAN PENGUKURAN INVESTMENT OPPORTUNITY SET  
SERTA PENGARUHNYA PADA PROSES KONTRAK**

*Julianto Agung Saputra, M.Si., SE., S.Kom.*



Rp7.500,-

JAM Vol 16 No 2 Agustus 2005.pdf - Adobe Acrobat Reader DC (32-bit)

File Edit View Sign Window Help

Home Tools JAM Vol 16 No 2 A... x

2 / 82

50%

Sign In

Vol 16 No 2  
Agustus 2005

**JURNAL**  
Jurnal Akuntansi Manajemen (JAM)

**Editorial Staff Jurnal Akuntansi Manajemen (JAM)**

**Editor in Chief**  
Djoko Susanto  
STIE YKPN Yogyakarta

**Managing Editor**  
Zinta Sudarini  
STIE YKPN Yogyakarta

**Editors**

Al. Haryono Jusup Universitas Gadjah Mada	Indra Wijaya Kusuma Universitas Gadjah Mada
Arief Saadi Universitas Gadjah Mada	Ignyanto H.M. Universitas Gadjah Mada
Banu Swastha Dharmasuta Universitas Gadjah Mada	Mardiasmo Universitas Gadjah Mada
Djoko Susanto STIE YKPN Yogyakarta	Sovralno Universitas Gadjah Mada
Dedy Hapsoro STIE YKPN Yogyakarta	Sri ad Heman Universitas Gadjah Mada
Eko Widodo Lo STIE YKPN Yogyakarta	Swardjono Universitas Gadjah Mada
Eva Pujiastuti STIE YKPN Yogyakarta	Triandhita Edwartha Universitas Gadjah Mada
Gunono Universitas Gadjah Mada	Zaki Baridwan Universitas Gadjah Mada
Haryono Universitas Gadjah Mada	

**Editorial Secretary**  
Eddy Budratin  
STIE YKPN Yogyakarta

**Editorial Office**  
Pusat Penelitian STIE YKPN Yogyakarta  
Jalan Seturan Yogyakarta 55231  
Telpun (0274) 486160, 486171 Fax. (0274) 484081  
<http://www.stiekpn.ac.id>

Type here to search

32°C

10:55  
15/08/2021

JAM Vol 16 No 2 Agustus 2005.pdf - Adobe Acrobat Reader DC (32-bit)

File Edit View Sign Window Help

Home Tools JAM Vol 16 No 2 A... x

3 / 82

50%

Sign In

Vol 16 No 2  
Agustus 2005

**JURNAL**  
Jurnal Akuntansi Manajemen (JAM)

**DARI REDAKSI**

**Penutup yang sederhana**

Selamat beres-beres kembali dengan Jurnal Akuntansi di Manajemen (JAM) STIE YKPN Yogyakarta Volume XVI Nomor 2 Agustus 2005. Dengan perubahan tampilan dan isi JAM maka kami yakin ini merupakan langkah yang baik untuk meningkatkan kualitas isi dan tampilan. Kami sangat menghargai dan berterima kasih kepada para pembaca dan penyumbang yang telah memberikan kontribusi dalam bentuk artikel-artikel yang telah dimuat pada edisi JAM sebelumnya dengan cara mengunggah artikel-artikel tersebut di website STIE YKPN Yogyakarta ([www.stiekpn.ac.id](http://www.stiekpn.ac.id)). Semoga ini akan membuka peluang komunikasi dan kerjasama yang lebih baik antara kami dan para pembaca. Untuk informasi lebih lanjut mengenai JAM, silakan kunjungi website kami di [www.stiekpn.ac.id](http://www.stiekpn.ac.id) atau hubungi kami melalui telepon di nomor (0274) 486160 atau melalui email di [jam@stiekpn.ac.id](mailto:jam@stiekpn.ac.id). Kami mengucapkan terima kasih kepada para pembaca dan penyumbang yang telah memberikan kontribusi dalam bentuk artikel-artikel yang telah dimuat pada edisi JAM sebelumnya dengan cara mengunggah artikel-artikel tersebut di website STIE YKPN Yogyakarta ([www.stiekpn.ac.id](http://www.stiekpn.ac.id)). Semoga ini akan membuka peluang komunikasi dan kerjasama yang lebih baik antara kami dan para pembaca. Untuk informasi lebih lanjut mengenai JAM, silakan kunjungi website kami di [www.stiekpn.ac.id](http://www.stiekpn.ac.id) atau hubungi kami melalui telepon di nomor (0274) 486160 atau melalui email di [jam@stiekpn.ac.id](mailto:jam@stiekpn.ac.id).

**Review and Analysis of The Indonesian Automotive Industry Using New Order Era: Pengaruh Proses Pertumbuhan, dan Peran Keluarga dalam Keputusan Investasi Pemilik Perusahaan Individual dan Grup - Analisis Efisiensi Asuransi Kesehatan Pribadi dan Kepuasan Pelanggan dalam Perbandingan Antara Perusahaan Keuangan Mandiri Group di Daerah Istimewa Yogyakarta dan Group dan Pengukuran Investment Opportunity Set serta Pengaruhnya pada Pasar Saham**

**REDAKSI**

Type here to search

32°C

10:55  
15/08/2021

JAM Vol 16 No 2 Agustus 2005.pdf - Adobe Acrobat Reader DC (32-bit)

File Edit View Sign Window Help

Home Tools JAM Vol 16 No 2 A... x

4 / 82

50%

Sign In

Volume 16  
Number 2  
Agustus 2005

**JURNAL**  
ekonomi dan manajemen

**DAFTAR ISI**

**PENGARUH PERAGAN TARIK PADA PEMILIHAN PENGURAIAN AKUNTANSI  
BETINGKAT PENGANTARJARINGAN PERALIHAN PENDEKATAN SISTEM**  
Sucahya Marjantiyah, SE., M.Si.,  
Dr. Suryaningrum, SE., M.Si., Akhmad dan Wahyuniat, SE., M.Si. 78-82

**PERAN SALING MELINGKAR LABA DAN KUALITAS  
DALAM MENENTUKAN KEBERHASILAN KOPERASI  
DI KABUPATEN SUKSES, M.Si., Akhmad dan Dr. Baidar, Dr. Gede, M.Si., Akhmad 92-106**

**INDUSTRY POLICY AND TECHNOLOGY IN  
INTELLIGENCE AND ANALYSIS OF THE KNOWLEDGE AUTOMATED IN  
DURING NEW ORDER ERA**  
Fahry Ansh, M.Si., 107-120

**PENGARUH ALAMG PERANGKANG HUBUNGAN DAN BENSUKELAMIN  
DALAM KEMERDEKAAN DAN KEMERDEKAAN KEPUTUSAN DAN PERALIHAN  
Drs. Fu Nook Indani, M.Acc., dan Dr. Eko Wulandari, SE., M.Si., Akhmad 122-128**

**ANALISIS HUBUNGAN ANTARA KUALITAS PELAYANAN DAN KEPuasan PELANGGAN  
DALAM PEBENTUKAN INTENSI PEMBELIAN KONSUMEN MATAHARI GROUP  
DI DAERAH LETIHUWA YOGYAKARTA**  
Drs. Subiantoro Anshariyah, M.Si. 128-149

**KONSEP DAN PENERAPAN ETIKA DAN INTEGRITAS  
DALAM PEBENTUKAN INTENSI PEMBELIAN KONSUMEN MATAHARI GROUP  
DI DAERAH LETIHUWA YOGYAKARTA**  
Drs. Subiantoro Anshariyah, M.Si., S.E., S.Kom 149-172

Type here to search

32°C

ENG

10:56  
15/08/2021

JAM Vol 16 No 2 Agustus 2005.pdf - Adobe Acrobat Reader DC (32-bit)

File Edit View Sign Window Help

Home Tools JAM Vol 16 No 2 A... x

55 / 82

50%

Sign In

Volume 16  
Number 2  
Agustus 2005

**JURNAL**  
ekonomi dan manajemen

**ANALISIS HUBUNGAN ANTARA KUALITAS PELAYANAN DAN  
KEPUASAN PELANGGAN DALAM PEMBENTUKAN INTENSI  
PEMBELIAN KONSUMEN MATAHARI GROUP  
DI DAERAH LETIHUWA YOGYAKARTA**

Salamatan Asakolah??

**ABSTRACT**

The research aimed to test relationship between service quality and customer satisfaction, and interaction between service quality and customer satisfaction in establishment of customer's purchasing intention. The research was conducted in department store managed by Matahari Group in Daerah Istimewa Yogyakarta. Sample were determined by convenience sampling method and purposive sampling method with respondents that numbered 140 persons. Gathering data was done by very of giving customer the question list that contained service quality, customer satisfaction and customer's purchasing intention. Analytic method in this research used Analytic Regression Model based on model that was established by Taylor and Baker (1994). The result of this research shows the existence of significant association between service quality and customer satisfaction, and interaction among service quality and customer satisfaction toward customer's purchasing intention. Interaction between service quality and customer satisfaction explains reduce the variance of purchasing intention that each variable. It is shown by R<sup>2</sup> resulted that is as big as 74.8%.

**PENDAHULUAN**

Globalisasi dan liberalisasi perdagangan dunia mengakibatkan perubahan yang sangat signifikan dalam pola konsumsi. Oleh karena itu, setiap perusahaan yang ingin mempertahankan kelangsungan hidupnya haruslah dapat menyesuaikan diri dengan perubahan yang ada. Hal ini mengharuskan perusahaan untuk memperhatikan berbagai aspek yang berkaitan, seperti yang sudah banyak dibahas, seperti kualitas pelayanan yang baik, sehingga kepuasan pelanggan dapat tercapai. Salah satu yang dapat digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah melalui pengetahuan tindakan pelayanan, sehingga perusahaan dapat mengetahui apakah akan memuaskan pelanggan atau tidak. Hal ini akan mengakibatkan adanya hubungan yang positif antara pelanggan dengan perusahaan.

Salah satu bidang usaha yang menawarkan dampak perkembangan ekonomi global adalah sektor bisnis ritel, bahkan ada yang telah diprediksikan perkembangan ritel akan lebih berkembang dalam sektor business (Coles, 1995). Bisnis ritel meliputi semua kegiatan yang melibatkan penjualan barang dan jasa secara langsung pada konsumen akhir, untuk penggunaan pribadi dan bukan bisnis (Coles, 1997).

<sup>1</sup> Drs. Subiantoro Anshariyah, M.Si. adalah Dosen Tetap Fakultas Ekonomi Universitas Ahmad Dahlan, Yogyakarta.

129

Type here to search

32°C

ENG

10:51  
15/08/2021

**120**

*Analisis Perilaku Anwar Khatib*

Hal ini berarti bisnis ini merupakan bagian dari rencana bisnis yang berupaya untuk menghasilkan keuntungan. Adanya dengan pendanaan modal pelayan, karena dengan modal pelayan yang baik maka layanan pelanggan akan meningkat. Tetapi karena layanan pelanggan akan mempengaruhi strategi perilaku konsumen maka masalah barang atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Hal ini berarti untuk perubahan konsumen diharapkan oleh konsumen pelayan dan layanan pelanggan, sedangkan masalah pelayan harus dimiliki dari konsumen pelayan dan barang pada perilaku pelanggan (Grove, 1997). Hal ini menunjukkan bahwa modal pelayan yang baik akan lebih efektif dari perilaku pelayan jasa apa saja yang berkaitan dengan perilaku pelanggan, sehingga perilaku pelanggan terhadap modal pelayan merupakan perilaku yang menunjukkan atau menunjukkan jasa.

Mengetahui perilaku pelanggan pelayan, layanan pelanggan dan untuk perubahan konsumen dalam bisnis ini, maka perlu diuji lebih jauh masalah layanan modal pelayan dan barang atau jasa, serta tingkat layanan pelanggan yang dapat dijangkau atau diharapkan pada perilaku konsumen. Untuk itu berupaya untuk memahami hubungan antara modal pelayan dan layanan pelanggan dalam perubahan strategi perubahan konsumen pada customer care yang dikelola oleh MNC Group di Daerah Istimewa Yogyakarta.

**KAMUANTORITE**

Service Quality (Qualitas Pelayanan)

Qualitas pelayanan merupakan suatu cara untuk mengetahui atau memperkirakan yang diukur dengan layanan yang bersangkutan (Parasuraman, 1994; Parasuraman, Zeithaml dan Berry, 1994). Apabila layanan yang diharapkan pelanggan lebih baik dari layanan yang sebenarnya diberikan maka dapat dikatakan bahwa layanan tidak berhasil, sedangkan jika layanan yang diberikan pelanggan lebih rendah dari layanan yang sebenarnya diberikan pelanggan, maka dapat dikatakan bahwa layanan

berhasil, dan apabila layanan yang diberikan sama dengan layanan yang diharapkan maka layanan tersebut dikatakan memuaskan (Parasuraman & Parasuraman, 1994). Dengan demikian kualitas pelayanan merupakan suatu cara untuk mengukur sebagai perbandingan antara layanan dan layanan pelanggan yang diberikan (Parasuraman, Zeithaml dan Berry, 1994).

Kualitas pelayanan dapat diukur dengan menggunakan beberapa model. Pemilihan terhadap model yang digunakan tergantung pada tujuan pengukurannya, jenis perusahaan, serta ukuran pasar (Toppin, 1996). Salah satu model yang digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan adalah model yang dikembangkan Parasuraman, Zeithaml dan Berry yang dikenal dengan model SERVQUAL. Setiap pemilih ini menunjukkan adanya lima (5) dimensi (aspek) yang mencakup kualitas pelayanan jasa, yaitu:

- (1) *Empathy* (simpati) yang mencakup pelayanan dan perilaku pelayanan pelanggan dan perilaku pelayanan pelanggan.
- (2) *Reliability* (keandalan) yang mencakup pelayanan dan perilaku pelayanan pelanggan dan perilaku pelayanan pelanggan.
- (3) *Tangibility* (nyata) yang mencakup pelayanan dan perilaku pelayanan pelanggan dan perilaku pelayanan pelanggan.
- (4) *Assurance* (jaminan) yang mencakup pelayanan dan perilaku pelayanan pelanggan dan perilaku pelayanan pelanggan.
- (5) *Security* (keamanan) yang mencakup pelayanan dan perilaku pelayanan pelanggan dan perilaku pelayanan pelanggan.

a. *Empathy* (simpati) yang mencakup pelayanan dan perilaku pelayanan pelanggan dan perilaku pelayanan pelanggan.

b. *Reliability* (keandalan) yang mencakup pelayanan dan perilaku pelayanan pelanggan dan perilaku pelayanan pelanggan.

c. *Tangibility* (nyata) yang mencakup pelayanan dan perilaku pelayanan pelanggan dan perilaku pelayanan pelanggan.

d. *Assurance* (jaminan) yang mencakup pelayanan dan perilaku pelayanan pelanggan dan perilaku pelayanan pelanggan.

e. *Security* (keamanan) yang mencakup pelayanan dan perilaku pelayanan pelanggan dan perilaku pelayanan pelanggan.

**121**

*Analisis Perilaku Anwar Khatib*

kegiatan jasa yaitu (1) *Empathy* meliputi fasilitas fisik, pengetahuan, paparan, dan semua komunikasi; (2) *Reliability* merupakan kemampuan karyawan memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan, sehingga memastikan pelanggan; (3) *Tangibility* merupakan kemampuan para staf untuk memelihara pelanggan dengan memberikan pelayanan yang tanggap; (4) *Assurance* merupakan pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki para staf untuk membuat pelanggan, sehingga pelanggan lebih baik dari yang diharapkan; dan (5) *Security* merupakan kemampuan dalam melindungi informasi, pemeliharaan peralatan terhadap pelanggan, serta pemeliharaan yang baik terhadap kebutuhan pelanggan. Menganalisis model SERVQUAL secara umum tidak dapat dilakukan karena, tetapi analisis model SERVQUAL tidak dapat dilakukan dengan cara ini. Penelitian yang dilakukan oleh Chababik, Thapa, dan Rana (1999) menguji kualitas jasa retail dengan menggunakan 21 item yang meliputi 17 item dimodifikasi dari SERVQUAL, dan 11 item ditambahkan dari review literatur dan hasil wawancara. Setiap pemilih ini merupakan lima dimensi kualitas yang mencakup barang atau jasa yang ditawarkan. (1) *Empathy* merupakan dimensi yang mencakup barang layanan pemenuhan yang meliputi pelanggan serta pelayanan barang sesuai dengan keinginan pelanggan; (2) *Reliability* merupakan dimensi yang mencakup barang atau jasa yang ditawarkan; (3) *Tangibility* merupakan dimensi yang mencakup barang atau jasa yang ditawarkan; (4) *Assurance* merupakan dimensi yang mencakup barang atau jasa yang ditawarkan; (5) *Security* merupakan dimensi yang mencakup barang atau jasa yang ditawarkan.

**Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan pelanggan merupakan perasaan yang dirasakan akibat pemenuhan pelayanan. Day dan Wilson (1982) mendefinisikan kepuasan sebagai keterbandingan pelanggan sebagai persepsi pelanggan terhadap evaluasi keterlaksanaan (*expectations*) yang dipersepsikan antara harapan awal sebelum pembelian dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pembelian, sedangkan Kotler (1997)

mendefinisikan kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (*act*) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Berdasarkan definisi tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan perasaan yang timbul yang timbul sebagai akibat dari pemenuhan pelayanan yang diharapkan atau yang diinginkan oleh pelanggan. (Cipriano, 1996)

**Internal Pemasaran**

Fishbein dan Ajzen (1977) menjelaskan hubungan antara sikap, minat, dan perilaku yang dikaitkan dengan model internal pemilih (*Internal Decision Model*) yang dikaitkan dengan teori *Attitudinal Action*. Teori ini menunjukkan bahwa perilaku seseorang sangat tergantung pada minatnya, sedangkan minat berpengaruh sangat tergantung pada sikap dan norma subjektif yang berlaku. Kemudian ada faktor perilaku yang mempengaruhi sikap dan norma subjektifnya. Sikap individu terbentuk dari kombinasi antara keyakinan dan evaluasi tentang keyakinan seseorang tersebut. Lebih jauh dijelaskan Fishbein dan Ajzen (1977) bahwa keyakinan merupakan informasi yang dimiliki seseorang tentang suatu objek. Berdasarkan informasi sikap merupakan tingkat suatu sikap merupakan suatu yang menggambarkan atau menguraikan. Faktor internal yang dimaksud pada ini adalah sikap yang diukur menggunakan sikap yang diukur terhadap suatu objek yang bersangkutan. (Cipriano, 1996)

Randall dan Gallet (1979) mendefinisikan ini yang menunjukkan suatu variabel tindakan dari model sikap terhadap perilaku dari Fishbein yaitu perilaku yang terukur (*act behavior*). Dapat disimpulkan minat (*interest*) secara langsung perilaku yang akan datang (*act behavior*), sedangkan minat (*interest*) secara tidak langsung akan mempengaruhi perilaku dan tindakan. (Cipriano, 1996)

JAM Vol 16 No 2 Agustus 2005.pdf - Adobe Acrobat Reader DC (32-bit)

File Edit View Sign Window Help

Home Tools JAM Vol 16 No 2 A... x

58 / 82 50%

Sign In

122

**1761939 - Selamkah Pendidikan**

**Analisa Hubungan Antara Kualitas**

informasi, analisis statistik kuantitatif penelitian, dan metode analisis penelitian. Metode analisis penelitian akan menghasilkan data yang akurat atau tidak pada akhirnya. Hal ini berarti bahwa kualitas informasi merupakan faktor penting pada saat proses atau langkah yang dilakukan.

**Pendekatan Teoritis**

Beberapa peneliti telah melakukan pengujian terhadap hubungan antara kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan minat pembeli penelitian kemudian. Hasil penelitian Woodside, Frey, dan Daly (1999) menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan variabel intervening hubungan antara kualitas pelayanan dan minat pembelian. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan dan kepuasan berpengaruh terhadap minat pembelian. Hasil penelitian Cross dan Taylor (1992) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap minat pembelian yang dilakukan dengan menggunakan metode analisis jalur. Selain itu, penelitian oleh Brown dan Dacin (1992) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat pembelian. Penelitian oleh Brown dan Dacin (1992) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat pembelian. Penelitian oleh Brown dan Dacin (1992) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat pembelian.

**Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan metode analisis jalur. Sampel penelitian ini adalah mahasiswa yang terdaftar di Universitas Indonesia pada semester I tahun 2005. Jumlah sampel yang digunakan adalah 100 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik acak sederhana. Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuisioner yang terdiri dari 100 pernyataan yang diukur dengan menggunakan skala Likert 5 poin. Uji coba kuisioner dilakukan terlebih dahulu kepada 10 orang responden untuk mengetahui reliabilitasnya. Uji coba kuisioner dilakukan dengan menggunakan metode analisis faktor. Hasil uji coba kuisioner menunjukkan bahwa kuisioner memiliki reliabilitas yang baik. Uji coba kuisioner dilakukan dengan menggunakan metode analisis faktor. Hasil uji coba kuisioner menunjukkan bahwa kuisioner memiliki reliabilitas yang baik.

**Hasil Penelitian**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap minat pembelian. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat pembelian. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat pembelian.

JAM Vol 16 No 2 Agustus 2005.pdf - Adobe Acrobat Reader DC (32-bit)

File Edit View Sign Window Help

Home Tools JAM Vol 16 No 2 A... x

59 / 82 50%

Sign In

122

**1761939 - Selamkah Pendidikan**

**Analisa Hubungan Antara Kualitas**

Dalam penelitian ini populasi tidak terhingga, sehingga jumlah sampel diambil secara acak menggunakan metode acak sederhana. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik acak sederhana. Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuisioner yang terdiri dari 100 pernyataan yang diukur dengan menggunakan skala Likert 5 poin. Uji coba kuisioner dilakukan terlebih dahulu kepada 10 orang responden untuk mengetahui reliabilitasnya. Uji coba kuisioner dilakukan dengan menggunakan metode analisis faktor. Hasil uji coba kuisioner menunjukkan bahwa kuisioner memiliki reliabilitas yang baik.

**Uji Coba Kuisioner**

Uji coba kuisioner dilakukan dengan menggunakan metode analisis faktor. Hasil uji coba kuisioner menunjukkan bahwa kuisioner memiliki reliabilitas yang baik.

**Uji Coba Kuisioner**

Uji coba kuisioner dilakukan dengan menggunakan metode analisis faktor. Hasil uji coba kuisioner menunjukkan bahwa kuisioner memiliki reliabilitas yang baik.

**Uji Coba Kuisioner**

Uji coba kuisioner dilakukan dengan menggunakan metode analisis faktor. Hasil uji coba kuisioner menunjukkan bahwa kuisioner memiliki reliabilitas yang baik.

**Uji Coba Kuisioner**

Uji coba kuisioner dilakukan dengan menggunakan metode analisis faktor. Hasil uji coba kuisioner menunjukkan bahwa kuisioner memiliki reliabilitas yang baik.

**Metode Analisis**

Untuk melakukan pembandingan hipotesis, penelitian ini menggunakan metode statistik inferensial. Analisis variansi digunakan untuk membandingkan skor kelompok antara kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan inovasi perusahaan. Model dalam penelitian ini menggunakan model yang dikembangkan oleh Taylor dan Baker (1994) yaitu *customer experience analysis (CEA)*. Adapun model yang digunakan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5$$

$Y$  = variabel dependen (variabel terikat)  
 $\beta_0$  = konstanta  
 $\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5$  = koefisien regresi  
 $X_1, X_2, X_3, X_4, X_5$  = variabel independen (variabel bebas)

Hipotesis yang dikemukakan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

H<sub>0</sub>: Tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat secara individual. Sedangkan H<sub>1</sub> diartikan sebagai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama variabel-variabel bebas terhadap dependent variabel terikat.

Kelompok antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan akan diartikan sebagai variabel terikat. Sedangkan kelompok antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan akan diartikan sebagai variabel bebas. Untuk menguji pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat, maka akan digunakan uji statistik yang signifikan. Untuk menguji pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat, maka akan digunakan uji statistik yang signifikan.

**Uji Korelasi Antara Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan dan Inovasi Perusahaan**

Tujuan uji korelasi Pearson dengan  $\alpha = 5\%$  memantapkan bahwa hubungan antara kualitas pelayanan (%) dengan kepuasan pelanggan (%) yang signifikan dengan  $\alpha = 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa hubungan yang signifikan dalam penelitian ini dinyatakan sebagai berikut:

Uji korelasi antara kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan inovasi perusahaan menggunakan koefisien korelasi dan uji statistik yang signifikan. Untuk menguji pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat, maka akan digunakan uji statistik yang signifikan.

**Uji Pengaruh Antara Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Inovasi Perusahaan**

Pengaruh antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap inovasi perusahaan akan diartikan sebagai variabel terikat. Sedangkan kelompok antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan akan diartikan sebagai variabel bebas. Untuk menguji pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat, maka akan digunakan uji statistik yang signifikan.

Analisis Regresi Múltiple terdiri dari tiga persamaan regresi dengan menambahkan  $X$  dari masing-masing persamaan untuk menunjukkan tipe efek indikator yang terjadi. Persamaan pertama menunjukkan kualitas pelayanan sebagai variabel bebas, kemudian persamaan kedua menunjukkan bahwa kepuasan dan inovasi sebagai variabel terikat, dan persamaan ketiga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan.

**Hasil Analisis Regresi**

Model	Terikat	$\beta_0$	$\beta_1$	$\beta_2$	Nilai t	Signifikan	R <sup>2</sup>	Nilai F
1	Kualitas Pelayanan (X)	3,20	0,41	0,42	0,00	0,00	0,17	31,82
2	Kepuasan Pelanggan (X)	0,20	0,40	0,42	0,00	0,00	0,28	27,78
3	Kepuasan Pelanggan (X) dan Kualitas Pelayanan (X)	0,78	0,20	0,42	0,00	0,00	0,78	188,00

Sumber: Data Primer, diolah.

JAM Vol 16 No 2 Agustus 2005.pdf - Adobe Acrobat Reader DC (32-bit)

File Edit View Sign Window Help

Home Tools JAM Vol 16 No 2 A... x

61 / 82 50%

Sign In

**1. Uji Regresi Antara Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Intensi Pembelian**

Pengaruh antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap intensi pembelian konsumen pada dasarnya merupakan variabel terikat yang diukur oleh variabel bebas yang diukur oleh variabel bebas. Untuk menguji pengaruh antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap intensi pembelian konsumen pada dasarnya merupakan variabel terikat yang diukur oleh variabel bebas yang diukur oleh variabel bebas. Untuk menguji pengaruh antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap intensi pembelian konsumen pada dasarnya merupakan variabel terikat yang diukur oleh variabel bebas yang diukur oleh variabel bebas.

Hasil uji regresi  $Y = 1,339 + 0,412 X$

Hasil uji regresi  $R^2 = 0,20$  menunjukkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan ( $X$ ) terhadap intensi pembelian ( $Y$ ) signifikan dengan  $F$  hitung sebesar 1,96. Hal ini berarti  $F$  hitung >  $F$  tabel ( $F > 1,96$ ). Dengan demikian, kualitas pelayanan signifikan mempengaruhi intensi pembelian.

Hasil uji  $F$  dengan  $\alpha = 5\%$  menunjukkan  $F$  hitung sebesar 1,96. Hal ini berarti  $F$  hitung >  $F$  tabel ( $F > 1,96$ ). Dengan demikian, kualitas pelayanan signifikan mempengaruhi intensi pembelian. Nilai  $R^2$  sebesar 0,20 menunjukkan bahwa 20% variasi intensi pembelian diukur oleh variasi kualitas pelayanan. Hal ini berarti variabel kualitas pelayanan dapat menjelaskan variabel intensi pembelian sebesar 20%. Sedangkan sisanya sebesar 80% disebabkan oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian.

**2. Model Peramalan Kelelahan**

Model peramalan kelelahan menunjukkan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan sebagai variabel bebas. Adapun model peramalan kelelahan dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = 2,005 + 0,348 X_1 + 0,287 X_2$$

Hasil uji regresi  $R^2 = 0,20$  menunjukkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan ( $X_1$ ) terhadap intensi pembelian ( $Y$ ) signifikan dengan  $F$  hitung sebesar 1,96. Hal ini berarti  $F$  hitung >  $F$  tabel ( $F > 1,96$ ). Dengan demikian, kualitas pelayanan signifikan mempengaruhi intensi pembelian.

Hasil uji  $F$  dengan  $\alpha = 5\%$  menunjukkan  $F$  hitung sebesar 1,96. Hal ini berarti  $F$  hitung >  $F$  tabel ( $F > 1,96$ ). Dengan demikian, kualitas pelayanan signifikan mempengaruhi intensi pembelian. Nilai  $R^2$  sebesar 0,20 menunjukkan bahwa 20% variasi intensi pembelian diukur oleh variasi kualitas pelayanan. Hal ini berarti variabel kualitas pelayanan dapat menjelaskan variabel intensi pembelian sebesar 20%. Sedangkan sisanya sebesar 80% disebabkan oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian.

Model	Intensi	$\beta_1$	$\beta_2$	Nilai $t$	Signifikan	$R^2$	Nilai $F$
1	Kualitas Pelayanan ( $X_1$ )	0,339	0,412	0,607	0,000	0,20	1,96
2	Kepuasan Pelanggan ( $X_2$ )	0,287	0,348	0,420	0,000	0,20	1,96
3	Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) dan Kepuasan Pelanggan ( $X_2$ )	0,339	0,412	0,607	0,000	0,20	1,96

Sumber: Data Primer, diolah.

135

JAM Vol 16 No 2 Agustus 2005.pdf - Adobe Acrobat Reader DC (32-bit)

File Edit View Sign Window Help

Home Tools JAM Vol 16 No 2 A... x

62 / 82 50%

Sign In

**2. Model Peramalan Kelelahan**

Model peramalan kelelahan menunjukkan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan sebagai variabel bebas. Adapun model peramalan kelelahan dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = 2,005 + 0,348 X_1 + 0,287 X_2$$

Hasil uji regresi  $R^2 = 0,20$  menunjukkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan ( $X_1$ ) terhadap intensi pembelian ( $Y$ ) signifikan dengan  $F$  hitung sebesar 1,96. Hal ini berarti  $F$  hitung >  $F$  tabel ( $F > 1,96$ ). Dengan demikian, kualitas pelayanan signifikan mempengaruhi intensi pembelian.

Hasil uji  $F$  dengan  $\alpha = 5\%$  menunjukkan  $F$  hitung sebesar 1,96. Hal ini berarti  $F$  hitung >  $F$  tabel ( $F > 1,96$ ). Dengan demikian, kualitas pelayanan signifikan mempengaruhi intensi pembelian. Nilai  $R^2$  sebesar 0,20 menunjukkan bahwa 20% variasi intensi pembelian diukur oleh variasi kualitas pelayanan. Hal ini berarti variabel kualitas pelayanan dapat menjelaskan variabel intensi pembelian sebesar 20%. Sedangkan sisanya sebesar 80% disebabkan oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian.

**3. Model Peramalan Kelelahan**

Model peramalan kelelahan menunjukkan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan sebagai variabel bebas. Adapun model peramalan kelelahan dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = 4,768 + 0,433 X_1 + 0,443 X_2 + 0,417 X_3$$

Hasil uji regresi  $R^2 = 0,20$  menunjukkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan ( $X_1$ ) terhadap intensi pembelian ( $Y$ ) signifikan dengan  $F$  hitung sebesar 1,96. Hal ini berarti  $F$  hitung >  $F$  tabel ( $F > 1,96$ ). Dengan demikian, kualitas pelayanan signifikan mempengaruhi intensi pembelian.

Hasil uji  $F$  dengan  $\alpha = 5\%$  menunjukkan  $F$  hitung sebesar 1,96. Hal ini berarti  $F$  hitung >  $F$  tabel ( $F > 1,96$ ). Dengan demikian, kualitas pelayanan signifikan mempengaruhi intensi pembelian. Nilai  $R^2$  sebesar 0,20 menunjukkan bahwa 20% variasi intensi pembelian diukur oleh variasi kualitas pelayanan. Hal ini berarti variabel kualitas pelayanan dapat menjelaskan variabel intensi pembelian sebesar 20%. Sedangkan sisanya sebesar 80% disebabkan oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian.

136



JAM Vol 16 No 2 Agustus 2005.pdf - Adobe Acrobat Reader DC (32-bit)

File Edit View Sign Window Help

Home Tools JAM Vol 16 No 2 A... x

63 / 82 50%

1771239: *Salah satu Pendekatan* Analisis Regresi Antara Kualitas

**2. Uji Heteroskedastisitas**  
 Untuk mendeteksi ada tidaknya penyimpangan terhadap normalitas distribusi digunakan tes Uji Kolmogorov-Smirnov. Hasil pengujian menunjukkan bahwa hasil model pertama, kedua sampai ketiga menunjukkan tingkat  $P < 0,05$ . Hal ini berarti pada semua pengujian tidak terdapat heteroskedastisitas.

**3. Uji Asumsi Klasik**  
 Pengujian asumsi klasik dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya pelanggaran atas kemutlakan parameter dalam faktor-faktor yang menggunakan secara bersamaan. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan metode Durbin Watson dan Durbin-Ahnau. Hasil pengujian menunjukkan nilai Durbin Watson ketiga pada model pertama sebesar 1,7712, model kedua sebesar 2,1500 dan model ketiga sebesar 2,5811. Nilai ketiga hasil pada model pertama, kedua sampai ketiga berada di daerah bebas asumsi klasik. Dengan demikian, hasil tersebut tidak menunjukkan adanya pelanggaran dalam asumsi pengujian tersebut.

**KESIMPULAN**  
 Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, kesimpulan yang bisa diambil sebagai berikut:  
 1. Hasil uji kualitatif kelayakan model pertama dengan asumsi pemukiman menunjukkan hubungan yang positif dan signifikan ( $P < 0,05$ ). Hubungan antara kelayakan pemukiman dengan tingkat kepuasan pemukiman yang positif dan signifikan ( $P < 0,05$ ). Hubungan antara tingkat kelayakan pelayanan dan kelayakan pemukiman dengan tingkat kepuasan pemukiman yang positif dan signifikan ( $P < 0,05$ ). Dengan demikian, hasil pengujian menunjukkan bahwa kelayakan pemukiman, kelayakan pelayanan, kelayakan pemukiman serta tingkat kelayakan pelayanan dan kelayakan pemukiman secara bersama-sama signifikan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pemukiman.

2. Hasil uji korelasi regresi secara parsial menunjukkan bahwa baik model pertama, model kedua sampai ketiga menunjukkan variabel-variabel kelayakan pelayanan, kelayakan pemukiman serta tingkat kelayakan pelayanan dan kelayakan pemukiman secara bersama-sama signifikan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pemukiman.

3. Hasil uji koefisien regresi secara serempak menunjukkan bahwa baik model pertama, model kedua sampai ketiga menunjukkan variabel-variabel kelayakan pelayanan, kelayakan pemukiman serta tingkat kelayakan pelayanan dan kelayakan pemukiman secara bersama-sama signifikan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pemukiman.

4. Indikator untuk kelayakan pelayanan dan kelayakan pemukiman lebih menunjukkan variabel-variabel pemukiman dengan menggunakan nilai  $R^2$  dari persamaan model ketiga dibandingkan model pertama dan model kedua. Hasil ini menunjukkan bahwa kelayakan pemukiman lebih berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pemukiman.

5. Hasil uji rerata tidak menunjukkan bahwa baik model pertama, model kedua, sampai ketiga menunjukkan hasil pengujian yang tidak menunjukkan heteroskedastisitas, dan normalitas.

157

JAM Vol 16 No 2 Agustus 2005.pdf - Adobe Acrobat Reader DC (32-bit)

File Edit View Sign Window Help

Home Tools JAM Vol 16 No 2 A... x

64 / 82 50%

1771239: *Salah satu Pendekatan* Analisis Regresi Antara Kualitas

**DAPURPUSYAKA**

Aiken, L. dan S.G. West (1991). *Multiple Regression: Testing and Interpreting Interaction*. London: Sage.

Aspek, D. (1989). "Makna dan Realistisitas Instrumen Penelitian." *M. Simanungkalit dan S. Effendi* (ed). "Metodologi Penelitian Sosial". Yogyakarta: LPPES.

Armitani, (1996). "Tingkat Antisipasi Sekolah Tinggi Sebagai Keputusan ISOM". *Ekonomika*, No. 4 tahun XXV, April, p. 36.

— (1996). "Tingkat Monevitas Berprestasi". *Laksmi*, No. 4, Maret, p. 51.

Armo, S. (1997). *Revolusi dan Tantangan: Yogyakarta: Pustaka Pelajar*.

Babbie, E. (1995). *The Practice of Social Research*. 7<sup>th</sup> ed. Belmont: Wadsworth Publishing Company.

Baender, P.M. dan G. Spackert (1979). "Models of Attitude Behavior Relations." *Psychological Review*, Vol. 86, p. 432-464.

Biswas, M.J. (1990). "Treating Service Encounters: The Effects of Physical Surrounding and Employee Responses." *Journal of Marketing*, No. 55, April, p. 49-62.

Boehm, R.D. dan J.H. Drew (1981). "A Longitudinal Analysis of the Impact of Service Change on Customer Attitudes." *Journal of Marketing*, No. 55, Januari, p. 1-9.

Cooper, D.R. dan C.W. Essey (1997). *Business Research Methods*. 2<sup>nd</sup> ed. Chicago: Richard D. Irwin Inc.

Cronin, J.J. dan S.A. Taylor (1992). "Measuring Service Quality: A Re-examination and Extension." *Journal of Marketing*, July, p. 55-68.

Dahliouh, P.A., D.J. Thorpe dan T.O. Raman (1996). "A Measure of Service Quality For Retail Stores: Scale Development and Validation." *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 24, No. 1, p. 3-16.

Frishman, M. dan I. Ajami (1973). *Relief: Attitude, Behavior and Behavioral: an Introduction to Theory and Research*. Reading Mass.: Addison-Wesley.

Frisvold, J.A. dan M.J. Frisvold (1996). *Service Management For Competitive Advantage*. New York: Mc. Graw-Hill Inc.

Hadi, S. (1987). *Metodologi Penelitian*. 2<sup>nd</sup> ed. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Hadi, S.W. dan Corinne, W.H. (1998). *Statistical Methods and Research*. 2<sup>nd</sup> ed. New York: Harper Collins Publisher Inc.

Kotler, P. (1997). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control*. 3<sup>rd</sup> ed. Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall Inc.

Mohr, N.C., C.H. Erskine dan Deeb (1996). "An Empirical Assessment of the Influence of Quality Dimensions on Organizational Performance." *International Production Research*, Vol. 34, No. 7, p. 1949-1962.

Motow, J.D. dan Kahn (1987). "Locus of Causality: A Conceptual Model of Service Quality and Customer Satisfaction." *Journal of Marketing Research*, Vol. 24, No. 3, p. 247-256.

Narasimhan, E. dan K. Goh (1993). *Customer Satisfaction: Measurement and Management*. Cincinnati, Ohio: Thompson Executive Press.

Parasuraman, A., V.A. Zeithaml, dan L.L. Berry (1987). "A Conceptual Model of Service Quality and Customer Satisfaction." *Journal of Marketing Research*, Vol. 24, No. 3, p. 247-256.

158

JAM Vol 16 No 2 Agustus 2005.pdf - Adobe Acrobat Reader DC (32-bit)

File Edit View Sign Window Help

Home Tools JAM Vol 16 No 2 A... x

65 / 82 50%

139

Isa-1761209: Subvencin Acadmica... Analisis Persepsi Amara...  
Application For Future Research," *Journal of Marketing*, Vol. 49, p. 51-55.  
-1993). SEXUAL: A Multidimensional Scale For Measuring Consumer Perceptions of Service Quality," *Journal of Marketing*, 49(1), p. 12-14.  
Sakuma, I. (1992). Research Methods For Measuring Consumer Perceptions of Service Quality," *Journal of Marketing*, 46(2), p. 12-14.  
Taylor, A. E. dan L. T. Baker (1994). "An Assessment of Relationship Between Service Quality and Customer Satisfaction in The Presence of Consumer Purchase Intention," *Journal of Marketing*, Vol. 70, No. 2, p. 165-178.  
Tjiprono, F. (1996). Manajemen Jasa. Yogyakarta: Pustaka Baru.  
The D.R. dan P.C. Wilson (1985). "Models of Consumer Satisfaction Formation: An Extension," *Journal of Marketing Research*, Vol. 22, No. 2, May, p. 104-112.  
Woodside, G.A., L.L. Papp, dan T.R. Day (1989). Linking Service Quality, Customer Satisfaction and Behavioral Intention," *Journal of Health Care Marketing*, Vol. 9, No. 4, December, p. 7-17.  
Zeithaml, V.A., L.L. Berry dan A. Parasuraman (1996). "The Behavioral Consequences of Service Quality," *Journal of Marketing*, Vol. 60, p. 31-46.

Type here to search

32°C 10:54 15/08/2021

JAM Vol 16 No 2 Agustus 2005.pdf - Adobe Acrobat Reader DC (32-bit)

File Edit View Sign Window Help

Home Tools JAM Vol 16 No 2 A... x

66 / 82 50%

140

Isa-1761209: Subvencin Acadmica... Analisis Persepsi Amara...  
Application For Future Research," *Journal of Marketing*, Vol. 49, p. 51-55.  
-1993). SEXUAL: A Multidimensional Scale For Measuring Consumer Perceptions of Service Quality," *Journal of Marketing*, 49(1), p. 12-14.  
Sakuma, I. (1992). Research Methods For Measuring Consumer Perceptions of Service Quality," *Journal of Marketing*, 46(2), p. 12-14.  
Taylor, A. E. dan L. T. Baker (1994). "An Assessment of Relationship Between Service Quality and Customer Satisfaction in The Presence of Consumer Purchase Intention," *Journal of Marketing*, Vol. 70, No. 2, p. 165-178.  
Tjiprono, F. (1996). Manajemen Jasa. Yogyakarta: Pustaka Baru.  
The D.R. dan P.C. Wilson (1985). "Models of Consumer Satisfaction Formation: An Extension," *Journal of Marketing Research*, Vol. 22, No. 2, May, p. 104-112.  
Woodside, G.A., L.L. Papp, dan T.R. Day (1989). Linking Service Quality, Customer Satisfaction and Behavioral Intention," *Journal of Health Care Marketing*, Vol. 9, No. 4, December, p. 7-17.  
Zeithaml, V.A., L.L. Berry dan A. Parasuraman (1996). "The Behavioral Consequences of Service Quality," *Journal of Marketing*, Vol. 60, p. 31-46.

Type here to search

32°C 10:55 15/08/2021