

**ANALISIS SIKAP DAN PERILAKU KONSUMEN DALAM
MENGUNAKAN JASA ANGKUTAN UMUM BUS RAHARJA
KELAS EXECUTIVE SEBAGAI DASAR PENGAMBILAN
KEPUTUSAN STRATEGIS**

**Tesis
Untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai derajat sarjana S2**

**Program Studi Magister Manajemen
Jurusan Ilmu-ilmu Sosial**



Disusun oleh:

**SRI PANUDJU
20011020029**

**Kepada
PROGRAM PASCA SARJANA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2005**

THE UNIVERSITY OF CHICAGO
DEPARTMENT OF CHEMISTRY
5780 SOUTH CAMPUS DRIVE
CHICAGO, ILLINOIS 60637

RECEIVED

NOV 15 1964



NOV 15 1964

LIBRARY OF THE UNIVERSITY OF CHICAGO

HALAMAN PERSETUJUAN

TESIS

**ANALISIS SIKAP DAN PERILAKU KONSUMEN DALAM
MENGUNAKAN JASA ANGKUTAN UMUM BUS RAHARJA
KELAS *EXECUTIVE* SEBAGAI DASAR PENGAMBILAN
KEPUTUSAN STRATEGIS**

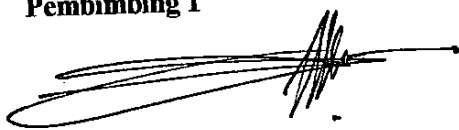
Diajukan oleh:

SRI PANUDJU
20011020029

Telah disetujui Dosen Pembimbing

Jogjakarta, 20 Januari 2005

Pembimbing 1



Prof. Dr. Basu Swastha Dharmmesta, MBA

Pembimbing II



Drs. Susanto, M.S.

HALAMAN PENGESAHAN

**Tesis Ini Telah Dipertahankan dan Disahkan di Depan
Dewan Penguji Program Pasca Sarjana Magister Manajemen
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Tanggal, 2 Februari 2005
Yang Terdiri dari**



**Prof. Dr. Basu Swastha Dharimmesta, MBA
Ketua**

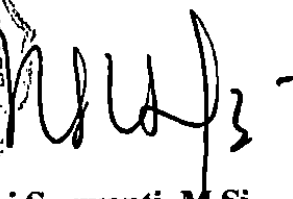


**Drs. Wihandaru, M.Si
Anggota**



**Drs. Susanto, M.S.
Anggota**

**Mengetahui
Ketua Program Magister Manajemen
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**



MOTTO

Tiada satupun di dunia ini ilmu yang tiada berguna

.....

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Segala puji bagi Allah SWT karena rahmat dan hidayah-Nya, dan usaha yang sungguh-sungguh, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penulisan tesis ini dengan judul: **ANALISIS SIKAP DAN PERILAKU KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN JASA ANGKUTAN UMUM BUS RAHARJA KELAS EXECUTIVE SEBAGAI DASAR PENGAMBILAN KEPUTUSAN STRATEGIS.**

Penulis menyadari masih banyak kekurangan, untuk itu dimohon kritik dan saran yang membangun semoga tesis ini dapat memberikan sumbangan yang positif. Disampaikan terimakasih yang tulus dan penghargaan setinggi-tingginya kepada semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung hingga selesainya tesis ini.

1. Bapak Dr. Khoiruddin Bashori, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Dra. Arni Surwanti, M.Si selaku Ketua Program Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Bapak Prof. Dr. Basu Swastha Dharmmesta, MBA selaku dosen pembimbing satu yang telah memberikan bimbingan dalam penyusunan tesis ini

4. Bapak Drs. Susanto, MS selaku dosen pembimbing dua yang telah memberikan bimbingan dan masukan dalam penyusunan tesis ini.
5. Segenap Tata Usaha MM-UMY yang telah banyak melayani selama kuliah.
6. Istri, anak dan cucu yang diharapkan dapat memberi motivasi.
7. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan namanya.

Semoga Allah SWT membalas kebaikan dan memberikan imbalan yang melimpah kepada kalian semua. Amin.

Wassalamualaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
ABSTRAK	xii
HALAMAN PERNYATAAN	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Batasan Masalah	4
D. Tujuan Penelitian	4
E. Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS	6
A. Pemasaran	6
B. Manajemen Pemasaran	7

	C. Perilaku Konsumen	8
	D. Pengaruh yang Mendasari Perilaku Konsumen	10
	E. Pengertian Sikap dan Niat Beli	15
	F. Tiga Komponen Sikap	16
	G. Fungsi Sikap	18
	H. Hubungan Sikap, Niat dan Perilaku	19
	I. Theory of Planed Behaviour	22
	J. Penelitian-penelitian Terdahulu	24
	K. Hipotesis	26
BAB III	METODE PENELITIAN	27
	A. Metode Pengambilan Sampel	27
	B. Metode Pengumpulan Data	27
	C. Pengukuran Variabel	28
	D. Validitas dan Reliabilitas	31
BAB IV	ANALISIS DATA	36
	A. Deskripsi Karakteristik Responden	36
	B. Deskripsi Variabel Penelitian	38
	C. Uji Validitas Sampel Besar	39
	D. Uji Reliabilitas Sampel Besar	41
	E. Uji Hipotesis	42
BAB V	STRATEGI PEMASARAN PERUSAHAAN	49

BAB VI	KESIMPULAN DAN SARAN	53
	A. Kesimpulan	53
	B. Saran	55

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Hasil Analisis Validitas Sampel Kecil (N = 30)	33
Tabel 3.2	Hasil Analisis Reliabilitas Sampel Kecil (N = 30)	34
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis kelamin	36
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	37
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	37
Tabel 4.4	Deskripsi Jawaban Responden	38
Tabel 4.5	Hasil Analisis Validitas Sampel Besar (N = 150)	40
Tabel 4.6	Hasil Analisis Reliabilitas Sampel Besar (N = 150)	41
Tabel 4.7	Hasil Regresi Sikap Terhadap Perilaku, Norma Subyektif dan Kontrol Kenerilakuan Terhadap Niat Bernerilaku	43

DAFTAR GAMBAR

- Gambar 2.1 Model Perilaku Pembeli
- Gambar 2.2 Tiga Komponen Sikap
- Gambar 2.3 Reasoned Action Theory

Abstract

In a globalization era, competition is strength in the world. Similar with transportation or service. Many service enterprice public transportation, added new publik transportation, make strength competition. We have to know factors that influence someone make a dication to use transportation service.

Consumer behaviour is as individu activity that direct involved to get and use a good and service. This research use theory of planed behaviour for see intention consumer ride transportation service RAHARJA BUS and as basic to make strategic dicion by company.

This study has objectives to know influence attitude toward behaviour, subjektif norm and perceived behavioural control toward intention consumer ride transportation service RAHARJA BUS executive class. The respondents in this research are consumer of transportation service RAHARJA BUS executive class in Jogjakarta.

This research used questioner as an instrument for collecting primary data and the 150-samples selection carried out by judgement sampling. We used multiple regression analysis to know the influence of attitude toward behaviour, subjektif norm and perceived behavioural control toward intention consumer.

Results indicate that attitude toward behaviour have no significant influence on intention consumer ride transportation service RAHARJA BUS executive class, while subjektif norm and perceived behavioural control have significant influence on intention consumer ride transportation service RAHARJA BUS executive class.

77

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam tesis ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.