

## **TUGAS AKHIR PROGRAM MAGISTER ( TAPM )**

**IDENTIFIKASI VARIABEL-VARIABEL YANG MENJADI  
PREDIKTOR PILIHAN DAN KESETIAAN PADA  
PENYEDIA JASA ALIHDAYA LOGISTIK DI  
BATAM, BINTAN DAN SEKITARNYA.**



TAPM diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh  
gelar Magister Manajemen

Disusun oleh :

Suroso

NIM. 015548211

**PROGRAM PASCASARJANA**

**UNIVERSITAS TERBUKA**

2012

**ABSTRACT****Identification of predictor variables of choice and loyal to Third Party Logistic in Batam, Bintan and Surroundings area****Suroso****Univertitas Terbuka**

suroso\_tca@yahoo.com

Keywords: Outsourcing, Batam, Bintan, Singapore, Malaysia, Logistic, Perception of price, Servqual, Flexibility, Innovation, Choosing TPL., Loyalty.

This paper aims to investigate and examine empirically the variables affecting the choice and consequentially loyal to Logistic Service Provider or Third Party Logistic (TPL) in Batam, Bintan and surroundings area.

Variable "X", Perception of Price, ServQual, Flexibility and Innovation may affecting the "Y1" Choice of TPL., and "Y2" Loyal to TPL., A purposive structured questionnaire was designed and sent to logistic manager or staff in Batam, Bintan and surroundings area.

Total 312 responders from three regions involved, Batam/Bintan 47.7%, Singapore 26.6% and Malaysia 18.3% the result of SPSS showing positive and significant 0.842 (adjusted R square) of "X" to "Y1" it is aligned to previous research conducted by many researchers in Thailand, Taiwan, Netherland etc. but the result of SPSS showing not significant 0.201 (adjusted R square) of "X" to "Y2", it is not aligned to previous researches. In particular, The Telecommunication company is the highest percentages (25%) as Outsourcung logistic demander, followed by Distribution (18,3%) Engineering (14,4%) and Docking Industry (10,3%). This might be caused by the fact that most of them emphasize the importance of outsourcing the process of logistic activities in order to benefiting themselves, where as the other companies in Plastic Industry, Consumer Goods and Chemical industries may need more time and consideration to do so.

This study investigated only in Batam, Bintan and Surroundings area, the independent variables are Perception of Price, ServQual., Flexibility and Innovation.

The paper suggests further research should be conducted on the variables may affecting the Loyalty to the TPL., such as "Trust" and or "Commitment".

**ABSTRAK**  
**Identifikasi variabel-variabel yang menjadi prediktor**  
**Pilihan dan Kesetiaan pada Penyedia Jasa Alihdaya**  
**logistik**  
**di Batam, Bintan dan Sekitarnya**

**Suroso**

**Universitas Terbuka**

[suroso\\_tca@yahoo.com](mailto:suroso_tca@yahoo.com)

Kata kunci : Outsourcing, Alihdaya, Batam, Bintan, Singapore, Malaysia, Logistik, Persepsi atas harga, Kualitas layanan, Fleksibilitas, Keluwesan, Inovasi, Pemilihan TPL., Setia pada TPL

Penelitian ini ditujukan untuk membuktikan secara empiris variabel-variabel yang mempengaruhi Pemilihan dan Kesetiaan pada Penyedia Jasa Alihdaya logistik atau *Third Party Logistic* (TPL). di daerah Batam, Bintan dan sekitarnya.

Variabel "X", Persepsi atas Harga, Servis Kualiti, Keluwesan dan Inovasi diduga mampu memprediksi "Y1" Pilihan dan "Y2" Kesetiaan pada TPL, Satu set *purposive* kuesioner telah disusun dan dikirimkan kepada para Manajer atau Staff di Batam, Bintan dan sekitarnya

Sebanyak 312 responden telah ikut berpartisipasi, Batam/Bintan 47.7%, Singapore 26.6% dan Malaysia 18.3%. Hasil olah data SPSS menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan 0.842 (adjusted R<sup>2</sup>) variabel "X" terhadap "Y1", hal ini sesuai dengan penelitian sebelumnya di Thailand, Taiwan, Netherland dll., tetapi, hasil olah data SPSS menunjukkan hasil sebaliknya 0.201 (adjusted R<sup>2</sup>) variabel "X" terhadap "Y2", hal ini tidak sesuai dengan penelitian sebelumnya. Secara khusus, Perusahaan Telekomunikasi merupakan peringkat tertinggi (25%) sebagai pelanggan alihdaya logistik, diikuti oleh Distribusi (18,3%), Engineering (14,4%) dan Docking Industri (10,3%). Hal ini mungkin disebabkan oleh kenyataan bahwa mereka telah menyadari pentingnya meng-alihdayakan aktifitas logistik guna memaksimalkan keuntungan, sementara perusahaan Plastik, *Consumer goods* dan *Chemical* Industri masih butuh waktu dan pertimbangan untuk melakukan hal yang sama.

Penelitian ini dilakukan hanya di Batam, Bintan dan sekitarnya, dengan variabel independen yaitu Persepsi atas harga, Kualitas layanan, Keluwesan, dan Inovasi.

Penelitian ini menyarankan agar dilakukan penelitian lebih lanjut pada variabel lain yang mungkin mempengaruhi Kesetiaan pada TPL, seperti misalnya "*Trust*" dan atau "*Commitment*".

UNIVERSITAS TERBUKA

**UNIVERSITAS TERBUKA  
PROGRAM PASCASARJANA  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**PERNYATAAN**

TAPM yang berjudul **Analisis Variabel-variabel yang menjadi Prediktor Pilihan dan Kesetiaan pada penyedia jasa Alihdaya logistik** adalah hasil karya saya sendiri, dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Apabila dikemudian hari ternyata ditemukan Adanya penjiplakan ( plagiat ), maka saya bersedia menerima sanksi akademik.

Batam, 6 Oktober 2012

Yang Menyatakan

(Suroso)

NIM. 015548211

## LEMBAR PERSETUJUAN TAPM

Judul TAPM : Identifikasi variabel-variabel yang menjadi prediktor pilihan dan kesetiaan pada penyedia jasa Alhdaya Logistik di Batam, Bintan dan Sekitarnya

Penyusun TAPM : Suroso

NIM : 015548211

Program Studi : Magister Manajemen

Hari/Tanggal : Sabtu / 6 Oktober 2012

Menyetujui :

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Dr.Lerbin Aritonang R..

Dr.Listiyarini MA

Mengetahui,

Ketua Bidang Program  
Magister Manajemen

Direktur Program Pascasarjana

Maya Maria, SE, MM.  
NIP. 19720501 199903 2 003

Suciati. M.Sc., Ph.D.  
NIP.19520213 1985032 001

**UNIVERSITAS TERBUKA  
PROGRAM PASCASARJANA  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**PENGESAHAN**

Nama : Suroso  
NIM : 015548211  
Program Studi : Magister Manajemen  
Judul Tesis : Identifikasi variabel-variabel yang menjadi prediktor pilihan dan kesetiaan pada penyedia jasa alihdaya logistik di Batam, Bintan dan Sekitarnya

Telah dipertahankan di hadapan Sidang Panitia Penguji Tesis Program Pascasarjana, Program Studi Manajemen, Universitas Terbuka pada :

Hari/Tanggal : Sabtu / 6 Oktober 2012  
Waktu : 10:00 ~ 11:00

Dan telah dinyatakan **LULUS**

**PANITIA PENGUJI TESIS**

Ketua Komisi Penguji

Penguji Ahli

Dr. Bambang Wiharto (.....)

Pembimbing I

Dr. Lerbin Aritonang R.. (.....)

Pembimbing II

Dr. Listiyarini MA (.....)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan penulisan TAPM (Tesis) ini. Penulisan TAPM ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Magister Manajemen Program Pasca Sarjana Universitas Terbuka.

Menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari mulai perkuliahan sampai pada penulisan penyusunan TAPM ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan TAPM ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Suciati, Ph.D, selaku Direktur Program Pascasarjana Universitas Terbuka;
2. Bapak Paken Pandiangan, S.Si., M.Si, selaku Kepala UPBJJ-UT Batam;
3. Bapak Dr.Lerbin Aritonang., selaku pembimbing I dan Ibu Listiyarini sebagai pembimbing II, yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan TAPM ini;
4. Ibu Maya Maria S.E., MM. selaku Ketua Bidang Program Magister Manajemen PPs UT;
5. Istriku tercinta Fegi Ari Purdianti SS., yang telah memberikan pengertian, dorongan, dukungan moral dan kadang dengan gayanya yang khas menggerutui-ku. Sementara waktu buatmu sering terabaikan karena tersita untuk menyelesaikan TAPM ini;



6. Kedua I buku tercinta yang senantiasa memberikan do'a dan restunya kepada kami,
7. Kerabat dan semua anak-anakku yang jauh di pulau Jawa yang dengan gaya dan caranya sendiri menyemangati agar segera menuntaskan tugas yang mengganjal ini.
8. Bapak Gamot Malao, S.Si, M.Si., Bapak Eliaki Gulo S.E. M.M., para sahabat dan menthorku Mas Teguh Iman Santoso, Mas Aminudin Hadi, Bu Marthe, Mas Mu'min., Mas Hernowo, Bu Nyamini, Kang Omas, Pak Slamet dan Nyonya, Bu Dokter Wilda, Mas Nelson Y., Bu Dokter Een dan semua kawan seangkatan yang saat ini telah menyandang gelar MM., serta kawan seperjuangan Pak Nikson Sitonang yang dengan hangatnya menyemangati dan memberikan bantuan tak ternilai agar aku tergerak dan segera menyelesaikan tugas yang bagiku sangat berat ini

Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga TAPM ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Batam, Oktober 2012

Penulis

Suroso

NIM 015548211

## DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK .....	i
LEMBAR PERSETUJUAN .....	iii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	ix
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
<b>BAB I      PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	9
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Kegunaan Penelitian.....	11
<b>BAB II     TINJAUAN PUSTAKA</b>	
A. Definisi Variabel .....	12
B. Kaitan Antara Variabel-Variabel.....	37
C. Kerangka Berpikir Dan Hipotesis.....	45
<b>BAB III    METODOLOGI PENELITIAN</b>	
A. Desain Penelitian .....	50
B. Populasi Dan Sampel .....	51
C. Operasionalisasi Dan Instrumen Penelitian.....	54

	D. Prosedur Pengambilan Data .....	63
	E. Pengujian Instrumen.....	63
	F. Metode Analisis Data .....	65
<b>BAB IV</b>	<b>TEMUAN DAN PEMBAHASAN</b>	
	A. Deskripsi Subyek.....	71
	B. Deskripsi Variabel .....	76
	C. Hasil Analisis Validitas Dan Reliabilitas .....	85
	D. Uji Asumsi .....	90
	E. Pengujian Hipotesis.....	100
	F. Pembahasan dan Implikasi.....	112
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
	A. Kesimpulan .....	116
	B. Saran .....	120
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	.....	123

## DAFTAR GAMBAR

Tabel	Halaman
1. Bagan 2.3. Kerangka Berfikir .....	49
2 Bagan 2.3. Kerangka Berfikir .....	50
3 Gambar 4.1. Grafik Histogram Uji Normalitas (Persepsi atas Harga, Kualitas Layanan, Keluwesan dan Inovasi → Pemilihan Penyedia Jasa.....	91
4 Gambar 4.2. Grafik P-P Plot Uji Normalitas (Persepsi atas Harga, Kualitas Layanan, Keluwesan dan Inovasi → Pemilihan Penyedia Jasa.....	92
5 Gambar 4.3. Grafik Histogram Uji Normalitas (Persepsi atas Harga, Kualitas Layanan, Keluwesan dan Inovasi → Kesetiaan.....	93
6 Gambar 4.4. Grafik P-P Plot Uji Normalitas (Persepsi atas Harga, Kualitas Layanan, Keluwesan dan Inovasi → Kesetiaan.....	94
7 Gambar 4.5. Grafik Scatterplot Uji Normalitas (Persepsi atas Harga, Kualitas Layanan, Keluwesan dan Inovasi → Pemilihan Penyedia Jasa.....	97
8 Gambar 4.6. Grafik Scatterplot Uji Normalitas (Persepsi atas Harga, Kualitas Layanan, Keluwesan dan Inovasi → Kesetiaan.....	98

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Tabel 1.1 Daftar Penyedia Logistik yang baik di Indonesia dan Sekitarnya.....	4
2. Tabel 2.1 Pemetaan dimensi logistik SERVQUAL menurut Banomyong ..	19
3. Tabel 2.2 Pemetaan hasil penelitian terdahulu .....	43
4. Tabel 3.1 Kisi-kisi instrumen variabel Persepsi atas Harga (X1) .....	58
5. Tabel 3.2 Kisi-kisi instrumen variabel Kualitas layanan Alihdaya Logistik atau SERVQUAL (X2) .....	58
6. Tabel 3.3 Kisi-kisi instrumen variabel Keluwesan (X3) .....	59
7. Tabel 3.4 Kisi-kisi instrumen variabel Inovasi (X4) .....	60
8. Tabel 3.5 Kisi-kisi instrumen variabel Pemilihan Penyedia Jasa Alihdaya logistik (y1) .....	60
9. Tabel 3.6 Kisi-kisi instrumen variabel Kesetiaan (Y2) .....	61
10. Tabel 4.1 Distribusi Responden berdasarkan Jenis kelamin .....	72
11. Tabel 4.2 Distribusi Responden berdasarkan Usia .....	72
12. Tabel 4.3 Distribusi Responden berdasarkan Jabatan .....	73
13. Tabel 4.4 Distribusi Responden berdasarkan Sektor industri .....	74
14. Tabel 4.5 Distribusi Responden berdasarkan Jumlah Tenaga kerja .....	75
15. Tabel 4.6 Distribusi Responden berdasarkan Lokasi Perusahaan .....	75
16. Tabel 4.7 Deskripsi Variabel Persepsi atas Harga (X1) .....	76
17. Tabel 4.8 Deskripsi Variabel Persepsi atas Kualitas Layanan (X2) .....	77
18. Tabel 4.9 Deskripsi Variabel Keluwesan (X3) .....	80

19. Tabel 4.10 Deskripsi Variabel Inovasi (X4) .....	81
20. Tabel 4.11 Deskripsi Variabel Pemilihan Penyedia Jasa (Y1) .....	82
21. Tabel 4.12 Deskripsi Variabel Kesetiaan (Y2) .....	83
22. Tabel 4.13 Hasil Pengujian Validitas Instrumen Persepsi atas Harga .....	85
23. Tabel 4.14 Hasil Pengujian Validitas Instrumen Kualitas Layanan .....	85
24. Tabel 4.15 Hasil Pengujian Validitas Instrumen Keluwesan.....	86
25. Tabel 4.16 Hasil Pengujian Validitas Instrumen Inovasi .....	86
26. Tabel 4.17 Hasil Pengujian Validitas Instrumen Pemilihan Penyedia Jasa ..	87
27. Tabel 4.18 Hasil Pengujian Validitas Instrumen Kesetiaan.....	87
28. Tabel 4.19 Hasil Pengujian Reliabilitas Instrumen Persepsi atas Harga .....	88
29. Tabel 4.20 Hasil Pengujian Reliabilitas Instrumen Kualitas Layanan .....	88
30. Tabel 4.21 Hasil Pengujian Reliabilitas Instrumen Keluwesan .....	88
31. Tabel 4.22 Hasil Pengujian Reliabilitas Instrumen Inovasi.....	89
32. Tabel 4.23 Hasil Pengujian Reliabilitas Instrumen Pemilihan Penyedia Jasa .....	89
33. Tabel 4.24 Hasil Pengujian Reliabilitas Instrumen Kesetiaan .....	89
34. Tabel 4.25 Hasil Pengujian Multikolinieritas Dependen variabel Pemilihan Penyedia Jasa .....	95
35. Tabel 4.26 Hasil Pengujian Multikolinieritas Dependen variabel Kesetiaan .....	96
36. Tabel 4.27 ANOVA Dependen variabel Pemilihan Penyedia Jasa .....	100
37. Tabel 4.28 Uji $R^2$ Dependen variabel Pemilihan Penyedia Jasa .....	101
38. Tabel 4.29 Uji t Dependen variabel Pemilihan Penyedia Jasa .....	102

39. Tabel 4.30 ANOVA Dependen variabel Kesetiaan .....	106
40. Tabel 4.31 Uji $R^2$ Dependen variabel Kesetiaan .....	107
41. Tabel 4.32 Uji t Dependen variabel Kesetiaan .....	108

UNIVERSITAS TERBUKA

**DAFTAR LAMPIRAN**

	Halaman
1. Kuesioner .....	128
2. Tabulasi Data dengan Excell .....	136
3. Hasil olah data SPSS 17 .....	144

**UNIVERSITAS TERBUKA**



## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Jaman globalisasi memaksa pelaku bisnis saat ini untuk berhadapan dengan persaingan yang semakin keras di antara perusahaan dan menuntut penerapan teknologi dan strategi yang kreatif dan inovatif agar dapat memenangkan persaingan. Hal tersebut memaksa perusahaan untuk berkonsentrasi pada proses dan aktivitas pembuatan barang dan atau jasa sesuai dengan kompetensi utamanya.

Konsentrasi terhadap kompetensi utama perusahaan akan menghasilkan sejumlah barang dan jasa yang memiliki daya saing bagi perusahaan. Syarat utama bagi perusahaan untuk dapat bersaing saat ini dan masa yang akan datang adalah keluwesan yaitu kemampuan untuk dapat beradaptasi dan dapat memenuhi permintaan pasar yang dinamis (Bahauddin, 2008). Maka dari itu, perusahaan yang diharapkan mampu bertahan adalah perusahaan yang kompak dan luwes sehingga cepat dan adaptif terhadap tuntutan pasar. Perusahaan modern dan *MNC* atau *Multi National Corp.*, dalam lingkup *extended enterprise* saat ini dan yang akan datang, diharuskan lebih fokus pada bisnis intinya dan menggunakan sumber daya dari luar untuk sumber daya komponen dan jasa yang bukan merupakan kompetensi inti perusahaan (Martinez, 2001 dalam Umit *et. al*, 2005).

Alihdaya didefinisikan sebagai pendelegasian fungsi, tugas dan jasa dari suatu proses bisnis kepada pihak luar (perusahaan penyedia jasa alihdaya) dengan tujuan untuk mengurangi beban proses, fokus pada spesialisasi, dan mengurangi biaya

(Indrajit dan Djokopranoto, 2002). Berdasarkan fenomena yang terjadi di negara-negara maju, ternyata kunci dari peningkatan kinerja perusahaan terletak pada kemampuan perusahaan dalam bekerja sama dengan mitra bisnisnya, yang dalam hal ini mereka yang memberikan pasokan kebutuhan perusahaan (Indrajit dan Djokopranoto, 2003).

Alihdaya dalam barang dan jasa dimulai sejak abad 18. Di Eropa dan Australia, alihdaya dimulai sejak revolusi industri (Domberger, 1993). Alihdaya diterapkan pada banyak sektor seperti *IT (Information Technology)*, logistik, manufaktur dan lain-lain (Lacity, 1995, 1997; Lynch, 2000, Momme, 2002 dalam Vassilios dan Nikitakos, 2006).

Logistik merupakan salah satu elemen penting operasi perusahaan selain produksi, desain, pemasaran dan operasi lainnya. Logistik memiliki peranan penting dalam meningkatkan efisiensi arus barang dengan biaya rendah maupun pengiriman kepada pelanggan dengan cepat dan tepat melalui jaringan distribusi perusahaan. Perkembangan dalam proses bisnis menunjukkan bahwa sumber daya perusahaan menuju pada spesialisasi pada berbagai elemen operasi perusahaan (Indrajit dan Djokopranoto, 2002). Spesialisasi ini mengarah pada pengalihdayaan terhadap elemen-elemen operasi yang lain yang bukan merupakan tugas utamanya, termasuk pada elemen logistik.

Alihdaya logistik atau *contract logistic* atau "*Third Party Logistic*" (*TPL*) diartikan sebagai pendelegasian oleh perusahaan atas fungsi logistik kepada

perusahaan lain yang khusus bergerak dalam bidang logistik, yang dalam penelitian ini diartikan juga sebagai perusahaan penyedia jasa alihdaya logistik. Sejak awal penerapannya pada tahun 1990, bisnis *TPL* ini telah mengalami pertumbuhan 10% per tahun (Sohail dan Sohal, 2003 dalam Ivanaj dan Franzil, 2006). Pada dekade terakhir ini, bisnis alihdaya logistik mengalami peningkatan yang luar biasa, menurut survei yang dilakukan oleh Langley dan Capgemini (2009) bahwa di Asia Pasifik, keuntungan dari penggunaan *TPL* mencapai 12% sampai dengan 15% dari total pembelanjaan logistik selama satu tahun oleh perusahaan pengguna jasa alihdaya logistik, perusahaan Eropa dan Asia pasifik mengalokasikan 62% anggaran logistiknya kepada *TPL*, untuk tahun 2010-2011, diproyeksikan 65% sedangkan tahun 2012-2014 akan meningkat menjadi 70%. Dalam lima tahun perusahaan-perusahaan Eropa Barat menghabiskan lebih dari 70% anggaran logistiknya untuk jasa *TPL*.

Survei yang dilakukan di daerah Singapore dan sekitarnya menunjukkan trend yang sama, bahwa pertumbuhan *TPL* di Asia Tenggara mengalami peningkatan yang luar biasa. Setiap tahun Frost & Sullivan, konsultan alihdaya logistik, menominasikan para penyedia jasa alihdaya logistik berdasarkan beberapa kriteria. Pada Tabel 1.1 ditunjukkan hasil nominasi Frost & Sullivan atas kinerja perusahaan penyedia jasa alihdaya logistik di Indonesia, Malaysia, Singapore dan Thailand.

Tabel 1.1 Daftar Penyedia Logistik yang Baik di Indonesia dan sekitarnya



Category	Award Recipient
<b>Indonesia</b>	
1. Best Automotive Perusahaan penyedia jasa Alihdaya logistik	PT. NYK Puninar Logistic
2. Best IT/Electronic Perusahaan penyedia jasa Alihdaya logistik	PT. NYK New Wave Logistic
3. Best Fast Moving Consumer Goods Perusahaan penyedia jasa Alihdaya logistik	APL Logistic
4. Best Pharmaceutical Perusahaan penyedia jasa Alihdaya logistik	Agility Logistic
5. Best Retail Perusahaan penyedia jasa Alihdaya logistik	Maersk Logistic
6. Best Domestic Perusahaan penyedia jasa Alihdaya logistik	Samudra Indonesia Group
<b>Malaysia</b>	
7. Best Automotive Perusahaan penyedia jasa Alihdaya logistik	Schenker
8. Best IT/Electronic Perusahaan penyedia jasa Alihdaya logistik	Nippon Express
9. Best Fast Moving Consumer Goods Perusahaan penyedia jasa Alihdaya logistik	Linfox
10. Best Pharmaceutical Perusahaan penyedia jasa Alihdaya logistik	Kuehne + Nagel
11. Best Retail Perusahaan penyedia jasa Alihdaya logistik	Trans Asia Shipping Corp.
12. Best Domestic Perusahaan penyedia jasa Alihdaya logistik	Tioang Nam
<b>Singapore</b>	
13. Best Automotive Perusahaan penyedia jasa Alihdaya logistik	APL Logistic
14. Best IT/Electronic Perusahaan penyedia jasa Alihdaya logistik	YCH Group
15. Best Fast Moving Consumer Goods Perusahaan penyedia jasa Alihdaya logistik	Kuehne + Nagel
16. Best Pharmaceutical Perusahaan penyedia jasa Alihdaya logistik	Schenker
17. Best Retail Perusahaan penyedia jasa Alihdaya logistik	Keppel Logistic
18. Best Domestic Perusahaan penyedia jasa Alihdaya logistik	YCH Group
<b>Thailand</b>	
19. Best Automotive Perusahaan penyedia jasa Alihdaya logistik	NYK Logistic
20. Best IT/Electronic Perusahaan penyedia jasa Alihdaya logistik	DHL
21. Best Fast Moving Consumer Goods Perusahaan penyedia jasa Alihdaya logistik	Expedito
22. Best Pharmaceutical Perusahaan penyedia jasa Alihdaya logistik	DHL
23. Best Retail Perusahaan penyedia jasa Alihdaya logistik	IDS Logistic
24. Best Domestic Perusahaan penyedia jasa Alihdaya logistik	V-Serve Group

Sumber: Survey consultant "Frost & Sullivan" 2007

Chandandeep, *et al.* (2008) mengembangkan suatu model pengambilan keputusan alihdaya logistik. Dari kacamata *manufacturer*, alihdaya merupakan salah satu area terpenting dalam aktivitas bisnis di era sekarang (Domberger, 1998; Gay dan Essinger, 2000 dalam Burnes dan Anastasiadis, 2003). Dan pemikiran bahwa alasan terpenting dalam keputusan mengalihdayakan proses logistik kepada penyedia alihdaya logistik adalah kemampuan mereka dalam menghasilkan nilai tambah dalam bidang keahlian, pengetahuan dan pengalaman dalam bidang logistik yang mana nilai tersebut sangat sulit untuk dibuat sendiri atau sangat mahal untuk diwujudkan secara *in-house* (Dillon, 1989; Goldberg, 1990; Richardson, 1993; Sheehan, 1989, dalam Razzaque dan Sheng, 1998), melalui variabel reduksi biaya, kompetensi, reduksi risiko dan kewajiban, luas cakupan, keluwesan kapasitas dan *responsiveness*.

Banomyong dan Supan (2011) mengembangkan metodologi untuk memilih penyedia jasa alihdaya logistik dengan atribut kualitas layanan *Freight Logistic* atau *Logistic SERVQUAL* menjadi enam dimensi yaitu: *reliability*, *assurance*, *tangible*, *empathy*, *responsiveness* dan *cost*. Penelitian ini dilandasi pemikiran bahwa dengan mengetahui atribut kunci dalam Pilihan TPL, hal tersebut akan sangat membantu para penyedia jasa alihdaya logistik dalam mengembangkan strategi bisnisnya untuk bersaing mendapatkan pelanggan. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *SERVQUAL* logistik secara signifikan mempengaruhi keputusan Pilihan penyedia jasa alihdaya logistik.

Leslie *et al.* (2003) meneliti keluwesan dalam enam aspek. Satu, keluwesan sistem operasi yang menjelaskan kemampuan manufaktur dan jasa untuk mengatur



aset dan operasi dalam rangka menanggapi perubahan pelanggan seperti perubahan produk, volume permintaan atau keduanya pada tiap mata rantai pasokan. Dua, keluwesan pasar yang menjelaskan kemampuan untuk memproduksi sesuai keinginan pelanggan dan membangun hubungan yang erat dengan pelanggan, termasuk mendesain dan merubah produk baru maupun produk yang sudah ada. Tiga, keluwesan logistik yang menjelaskan kemampuan dalam hal biaya secara efektif dan efisien untuk menerima dan mengirimkan produk kepada pelanggan yang berubah-ubah, globalisasi dan penundaan. Empat, keluwesan pemasokan yang menjelaskan kemampuan untuk mengatur kembali rantai pasokan, merubah pasokan produk sesuai dengan permintaan pelanggan. Lima, keluwesan keorganisasian yang menjelaskan kemampuan untuk menyesuaikan kebutuhan keahlian tenaga kerja sesuai dengan kebutuhan pada rantai pasokan dalam rangka memenuhi kebutuhan atau permintaan pelanggan. Enam, keluwesan sistem informasi yang menjelaskan kemampuan untuk menyesuaikan arsitek sistem informasi dengan kebutuhan perusahaan atas informasi dalam rangka menanggapi permintaan pelanggan. Melalui penelitian ini disimpulkan bahwa untuk menjadi sukses, perusahaan harus meningkatkan keluwesan, dari perspektif operasional menjadi perspektif strategis antar-perusahaan, dan perusahaan harus menyadari bahwa kompetisi yang sebenarnya bukan antar perusahaan namun antar-rantai pasokan. Evolusi dari keluwesan perusahaan secara individual menjadi keluwesan antar-perusahaan akan menghasilkan keseluruhan rantai pasokan menjadi luwes.

Dalam penelitian yang lain, Joseph dan Joe (2009), melalui sepuluh atribut penting dalam proses kontingensi perencanaan yang secara potensial menjelaskan

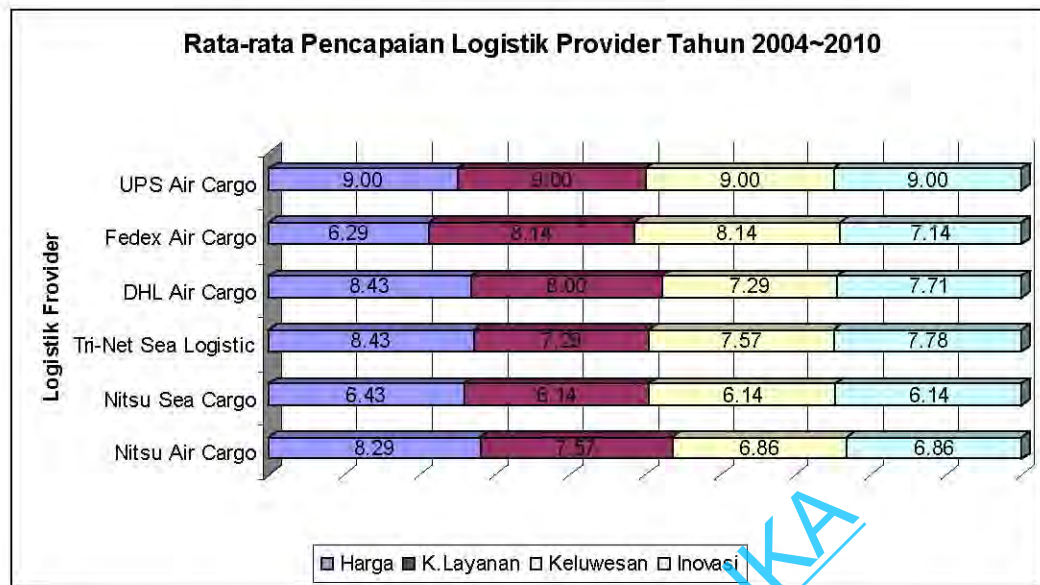
hubungannya dengan keluwesan, yaitu dukungan manajemen puncak, penyelarasan tujuan, penyelarasan sumber daya, informasi (kemampuan perusahaan untuk membuat, menggabungkan dan menggunakan informasi), berbagi informasi, keterhubungan, proses perencanaan, kelengkapan perencanaan, standarisasi proses, dan kolaborasi.

Dari penelitian Kimura (2005) diketahui bahwa inovasi dalam alihdaya logistik sangat bergantung pada jumlah kargo milik industri manufaktur dan ritel. Hal ini menunjukkan kesalingtergantungan antara pengguna jasa alihdaya logistik dan TPL untuk dapat melakukan inovasi di area jasa layanan logistik. Juga dijelaskan bahwa deregulasi dalam bidang industri angkutan mengintensifkan persaingan dan mendorong para pelaku bisnis untuk berinovasi dalam bidang logistik.

Dari berbagai hasil penelitian di atas dapat diketahui bahwa variabel-variabel penting yang dapat dijadikan sebagai dasar untuk memilih penyedia jasa alihdaya logistik dan pada gilirannya mempengaruhi kesetiaan terhadap TPL adalah persepsi atas harga, kualitas layanan, keluwesan dan inovasi.

Terkait dengan hal di atas, pada Gambar 1.1 ditunjukkan penilaian atas kinerja TPL, yang bekerja sama dengan PT. SANYO Energy Batam dari tahun 2004 sampai dengan 2010.





Gambar 1.1. Penilaian Kinerja Penyedia Jasa Logistik (JPL) Tahun 2004~2010

Sumber : *Shipping departement* PT. SANYO Energy Batam

Dari gambar di atas dapat diketahui bahwa secara keseluruhan pencapaian dari Nitsu Air Cargo sebagai pemberi jasa lama turun dalam variabel keluwesan dan inovasi sedangkan pencapaian Nitsu Sea Cargo justru lebih buruk dalam variabel yang sama. Sebaliknya, pendatang baru UPS Air Cargo mendapat penilaian yang baik karena kinerja tahun-tahun sebelumnya dengan Panasonic. Predikat kinerja yang baik bagi UPS tersebut juga memberi benefit kepada Sanyo karena Sanyo sudah menjadi kelompok Panasonic sejak tahun 2010. Khusus untuk *Fedex Air Cargo*, meskipun penilaian dalam variabel kualitas layanan, keluwesan dan inovasi keseluruhan baik namun harganya tidak kompetitif sehingga penggunaannya dihindari. *Tri-Net Sea Logistic*, meski dalam kualitas layanan masih sedikit di bawah *Nitsu Air Cargo*, namun secara keseluruhan masih lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya, yaitu *Nitsu Sea Cargo*, sehingga mendapat porsi bisnis yang lebih besar.



Berdasarkan latar belakang tersebut, kiranya perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui variabel-variabel yang mampu memprediksi Pilihan dan Kesetiaan pada Penyedia jasa alihdaya logistik di Batam, Bintan dan sekitarnya. Penelitian ini berusaha menggabungkan penelitian yang dilakukan oleh Banomyong dan Supatn (2011), Leslie *et al.* (2003) dan Kimura (2005).

## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas dapat dirumuskan beberapa masalah penelitian sebagai berikut:

1. apakah variabel persepsi atas harga dapat digunakan untuk memprediksi secara positif pengambilan keputusan mengenai Pilihan penyedia jasa alihdaya logistik?
2. apakah variabel kualitas layanan dapat digunakan untuk memprediksi secara positif pengambilan keputusan mengenai Pilihan penyedia jasa alihdaya logistik?
3. apakah variabel keluwesan dapat digunakan untuk memprediksi secara positif pengambilan keputusan mengenai Pilihan penyedia jasa alihdaya logistik?
4. apakah variabel inovasi dapat digunakan untuk memprediksi secara positif pengambilan keputusan mengenai Pilihan penyedia jasa alihdaya logistik?
5. apakah variabel persepsi atas harga dapat digunakan untuk memprediksi secara positif kesetiaan pada penyedia jasa alihdaya logistik?

6. apakah variabel kualitas layanan dapat digunakan untuk memprediksi secara positif kesetiaan pada penyedia jasa alihdaya logistik?
7. apakah variabel keluwesan dapat digunakan untuk memprediksi secara positif kesetiaan pada penyedia jasa alihdaya logistik?
8. apakah variabel inovasi dapat digunakan untuk memprediksi secara positif kesetiaan pada penyedia jasa alihdaya logistik?

### C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji secara empiris apakah variabel persepsi atas harga dapat digunakan untuk memprediksi secara positif pengambilan keputusan mengenai Pilihan penyedia jasa alihdaya logistik.
2. Untuk menguji secara empiris apakah variabel kualitas layanan dapat digunakan untuk memprediksi secara positif pengambilan keputusan mengenai Pilihan penyedia jasa alihdaya logistik.
3. Untuk menguji secara empiris apakah variabel keluwesan dapat digunakan untuk memprediksi secara positif pengambilan keputusan mengenai Pilihan penyedia jasa alihdaya logistik.
4. Untuk menguji secara empiris apakah variabel inovasi dapat digunakan untuk memprediksi secara positif pengambilan keputusan mengenai Pilihan penyedia jasa alihdaya logistik.
5. Untuk menguji secara empiris apakah variabel persepsi atas harga dapat digunakan untuk memprediksi secara positif kesetiaan pada penyedia jasa alihdaya logistik.

6. Untuk menguji secara empiris apakah variabel kualitas layanan dapat digunakan untuk memprediksi secara positif kesetiaan pada penyedia jasa alihdaya logistik.
7. Untuk menguji secara empiris apakah variabel keluwesan dapat digunakan untuk memprediksi secara positif kesetiaan pada penyedia jasa alihdaya logistik
8. Untuk menguji secara empiris apakah variabel inovasi dapat digunakan untuk memprediksi secara positif kesetiaan pada penyedia jasa alihdaya logistik.

#### **D. Kegunaan Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan berguna untuk tiga hal berikut. Satu, bagi para pengambil keputusan di perusahaan agar dapat menjadi bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan untuk memilih dan setia pada penyedia jasa alihdaya logistik. Dua, bagi para eksekutif perusahaan penyedia jasa alihdaya logistik agar dapat menjadi bahan pertimbangan dalam mengembangkan strategi bisnis dan pemasarannya. Tiga, hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya teori maupun hasil penelitian yang telah ada mengenai alihdaya logistik, khususnya mengenai variabel-variabel yang digunakan dalam memutuskan untuk memilih dan setia pada penyedia jasa alihdaya logistik.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Definisi Variabel

##### 1. Persepsi atas Harga

Variabel persepsi atas harga terdiri dari dua kata, yaitu persepsi dan harga. Terkait dengan itu, sebelum definisi mengenai persepsi atas harga dijelaskan, definisi mengenai kedua kata itu secara terpisah dikemukakan lebih dulu.

Persepsi dijelaskan sebagai “*strong desire to understand better*” (Butler *et al.*, 2007: 49). Dijelaskan bahwa proses pembentukan kepribadian yang dominan dan pelengkap untuk orang yang bersifat ekstravert dan introvert adalah sama-sama memiliki keinginan yang kuat untuk mengerti dengan lebih baik cara berpikir sebelum memutuskan untuk menjadi diri sendiri. Lebih lanjut dijelaskan persepsi merupakan “*interpretation of reality*” yaitu suatu jalan pintas yang kreatif untuk menggambarkan sesuatu, ketika otak manusia mendapat rangsangan untuk menginterpretasikan sesuatu. (Kant dalam Butler *et al.*, 2007: 122).

Bokeno (2011) mengemukakan bahwa: Persepsi adalah suatu kelengkapan otak manusia dalam mempersembahkan pengertian melalui tiga proses yaitu: seleksi, organisasi, dan interpretasi. Bokeno menjelaskan bahwa otak manusia dalam mempersepsikan sesuatu akan memilih informasi-informasi yang dikehendaknya, kemudian mengaturnya sedemikian rupa sehingga membentuk suatu gambaran sesuai yang dikehendaknya, terakhir adalah otak manusia mentafsirkan gambaran



tersebut menjadi suatu realitas sesuai kerangka referensi yang dimilikinya atau pengalaman yang pernah dialami sebelumnya.

Jadi dapat disimpulkan bahwa persepsi adalah: Pengertian atau kesadaran manusia dalam memahami sesuatu.

Menurut Kotler dan Armstong (1994: 347) Harga dijelaskan sebagai sejumlah uang yang dibebankan atas produk dan jasa. Lebih luas, harga diartikan sebagai sejumlah nilai yang oleh pelanggan dipertukarkan dengan keuntungan memiliki atau menggunakan produk dan jasa. Demikian pula Monroe (1980) menyatakan bahwa:

*“Within this economic context, it is usual to think of price as the amount of money we must sacrifice to acquire something we desire. That is, we consider price as a formal ratio indicating the quantities of money (or goods and services) needed to acquire a given quantity of goods or services”*

$$\text{Price} = \frac{\text{quantity of money or goods and services received by the seller}}{\text{quantity of goods and services received by the buyer}} \text{ (hal. 5).}$$

Dijelaskan oleh Monroe bahwa dalam konteks ekonomi, biasanya kita berfikir bahwa harga sebagai sejumlah uang yang harus dikorbankan untuk mendapatkan apa yang kita inginkan. Digambarkan dalam persamaan tersebut di atas, bahwa harga merupakan *formal ratio* (perbandingan formal) antara jumlah uang (atau

barang dan jasa) yang dibutuhkan untuk memiliki sejumlah barang dan jasa yang telah ditentukan.

Masih menurut Monroe (1990: 44-63) harga dijelaskan sebagai salah satu indikator yang sering digunakan dalam mengukur keputusan membeli:

*"...is has been assumed that price serve only as a measure of purchase cost (sacrifice) to the buyer. However, research evidence indicates that the role of price is more complex than that of simple indicator,..."*

Penelitian lebih lanjut Monroe menemukan bahwa peranan harga dalam pandangan tradisional yang diyakini sebagai salah satu faktor yang menentukan dalam mengukur perilaku pembelian sangat kontras dengan bukti-bukti yang muncul tentang kompleksitas harga dan kemampuannya memprediksi keputusan pembelian. Monroe akhirnya menemukan penjelasan lebih lanjut bahwa harga merupakan faktor yang mampu memprediksi pelanggan dalam membentuk persepsinya atas harga tersebut.

Menurut Lichtenstein *et. al* (1993: 429-43) persepsi atas harga dapat di-*break down* menjadi beberapa dimensi yaitu: *value consciousness*, *price consciousness*, *sales proneness*, *prestige sensitivity*, dan *price-quality schema*. Secara sendiri-sendiri maupun secara kolektif dinilai mampu memprediksi terhadap keputusan pembelian. Donald Lichtenstein (2005: 357-360) menemukan bahwa persepsi terhadap harga tidak selalu dapat diprediksi melalui produk dan iklan, namun merupakan suatu keyakinan bagi pelanggan karena pengalaman penggunaannya

dalam waktu yang lama. Artinya bahwa persepsi atau kesadaran pelanggan terhadap harga lebih diprediksi oleh pengalaman dan hubungan yang terjalin lama.

Juan Meng (2011: 534) menemukan kaitan kemampuan memprediksi faktor LTO (Long Term Orientation) dan persepsi harga sangat signifikan. Dijelaskan bahwa para konsumen yang berorientasi jangka panjang lebih mengedepankan nilai dari produk. Mereka mau melakukan upaya lebih agar harga produk yang sama menjadi lebih murah dan berpikir bahwa masa datang menjadi lebih penting daripada apa yang dimiliki sekarang, sehingga mereka lebih tertarik untuk menghemat uang untuk masa datang.

Menurut Goh dan Pinaikul (1998 dalam Banomyong, *et al.*, 2011: 424), harga layanan logistik didefinisikan sebagai: *"price of services offered by the service providers were the critical criteria for Logistic Service Provider selection"* yaitu bagian kriteria yang penting dalam menentukan Pilihan layanan logistik, dijelaskan adanya hubungan yang kuat antara harga layanan logistik dengan Pilihan penyedia jasa Alihdaya logistik. Juga menurut (Spencer *et al.*, 1994) bahwa harga layanan logistik dan penurunan biaya selalu ikut dalam menentukan Pilihan penyedia jasa Alihdaya logistik.

Dari definisi tersebut di atas dapat disimpulkan bahwa persepsi atas harga dalam layanan logistik adalah: Pengertian atau kesadaran pengguna jasa Alihdaya logistik terhadap komponen harga layanan logistik dalam mempertimbangan

keputusan Pilihan dan setia pada TPL, dalam rangka memberikan nilai tambah pada proses rantai pasokannya.

## 2. Kualitas Layanan

Variabel kualitas layanan terdiri dari dua kata, yaitu kualitas dan layanan. Terkait dengan itu, sebelum definisi mengenai kualitas layanan dijelaskan, definisi mengenai kedua kata itu secara terpisah dikemukakan lebih dulu.

Kotler and Keller (2009) menyatakan bahwa:

*“Quality is various experts have defined it as “fitness for use,” “conformance to requirements,” “freedom from variation,” and so on. We will use the American Society for Quality Control’s definition: Quality is the totality of features and characteristics of product or service that bear on its ability to satisfy stated or implied needs.”* (hal. 169).

Zeithaml (1988), kualitas dapat didefinisikan sebagai *“excellence or superiority”* keunggulan dan superior.

Definisi lain menurut Juran, definisi kualitas ada dua yakni: Satu, Kualitas adalah fitur dari produk yang memenuhi kebutuhan pelanggan dan dengan demikian memberikan kepuasan. dan Dua, Kualitas adalah bebas dari kelemahan, bebas dari cacat produk yang mengharuskan pengerjaan ulang atau *rework* atau yang mengakibatkan kegagalan dalam penggunaan di lapangan, ketidakpuasan pelanggan, klaim pelanggan dan sebagainya. Jadi, pelayanan dinyatakan berkualitas jika pelayanan itu memenuhi suatu standar. Kesimpulan dari kualitas adalah



keunggulan atau tidak ada yang melebihinya/superior, atau nilai dari sesuatu atau kesesuaian dengan spesifikasi, persyaratan dan kesesuaian untuk digunakan, terhindar dari kerugian dan melebihi harapan pelanggan dengan kata lain sesuai standar.

Layanan sendiri berasal dari bahasa Inggris, yaitu “*service*.” Dalam bahasa Indonesia, *service* sering diartikan sebagai layanan atau jasa. Definisi layanan menurut Kotler & Keller (2009: 386), bahwa pelayanan dapat berupa tindakan atau kinerja yang diberikan oleh satu pihak kepada pihak lain. Dari definisi itu dapat juga diketahui bahwa pelayanan bersifat tidak nyata, tidak dapat dimiliki, dan penyampainnya dapat atau tidak dapat dilakukan tanpa disertai dengan produk secara fisik.

Terdapat empat karakteristik layanan yang membedakan dengan barang (*distinctive characteristics of services*) menurut Kotler and Keller (2009: 389-391), yaitu: a. *Intangibility*: Berbeda dengan produk fisik, layanan tidak bisa dilihat, diraba, dirasakan, didengar atau dicium sebelum dibawa., b. *Inseparability*: Layanan diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan., c. *Variability*: Kualitas layanan sangat bervariasi tergantung kepada siapa, kapan, dimana dan kepada siapa layanan diberikan., d. *Perishability*: Layanan tidak dapat disimpan. Jadi layanan atau jasa dapat disimpulkan adalah semua aktifitas atau pekerjaan yang tidak berwujud tetapi dapat memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumen. Dalam memproduksi suatu jasa dapat menggunakan bantuan suatu produk fisik tetapi bisa juga tidak. Di samping itu juga jasa tidak mengakibatkan peralihan hak suatu barang secara fisik atau nyata, jadi jika seseorang pemberi jasa memberikan

jasanya pada orang lain, maka tidak ada perpindahan hak milik secara fisik dan yang paling penting adalah jasa melibatkan dua unsur yang menjadi ujung tombak layanan pada konsumen adalah prasarana/ fasilitas (*facility*) dan kontak SDM (*people*). Sesuai dengan pengertian kualitas dan layanan yang telah dijelaskan, selanjutnya dikemukakan pengertian dari kualitas layanan.

Menurut Parasuraman, Zeithaml dan Berry (1985 dalam Suh dan Pedersen, 2010: 78), “*Service quality is a comparison of customer expectations about real service performance.*” Dari definisi itu dapat diketahui bahwa kualitas layanan merupakan hasil perbandingan antara harapan konsumen atas kinerja layanan yang nyata. Jadi, pengertian kualitas layanan mencakup komponen harapan dan kinerja yang nyata mengenai suatu layanan.

Berdasarkan semua definisi mengenai kualitas layanan di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan merupakan hasil perbandingan antara harapan konsumen atas suatu layanan dan kinerja yang nyata dari layanan itu. Dalam hal kenyataan melampaui atau sama dengan harapan konsumen atas suatu layanan maka layanan itu dinyatakan berkualitas. Sebaliknya, jika harapan konsumen lebih tinggi daripada kinerja yang nyata dari suatu layanan maka layanan itu dinyatakan tidak berkualitas. Ukurannya bersifat subjektif.

Dimensi kualitas pelayanan Alihdaya Logistic atau *Logistic Service* diuraikan oleh Banomyong dan Supatn (2011: 426) sebagai berikut tabel 2.1:

**Tabel 2.1**  
**Pemetaan Dimensi Logistik SERVQUAL menurut Banomyong**

SERVQUAL	Mentzer et al., (1999)	Mentzer et al., (1999)	Wilding and Juriado (2004)	Rafele (2004)	Aktas and Ulengin (2005)	Bottani and Rizzi (2006)
Assurance	Good marketing/publicity	Personnel contact quality Ordering procedure Order accuracy	Picking accuracy and quality Error and damage assessment	Informative actions Marketing Order managing After-sales service E-business	Low frequency of split shipments Handling hazardous Willingness to negotiate Insurance coverage Loss and damage claims Financial condition Reputation	
Empathy	Customer orientation		Customer satisfaction Cash discounts for early payment or prepayment		Price of services Costs,	Cost , Cost control financial bonus-penalty
Tangibility	Technical expertise Committed to continuous development	Information quality Order discrepancy Handling		Tangible components: Assets Personnel Availability	Cleanliness of equipment	Physical equipment IT, ERP, EDI, Bar code, RFID, GPS, Satellite Simulation software Routing packages Optimization tools Consolidation
Reliability	Low order picking error rate JIT delivery Low delay rate Response to rush orders Short order cycle time High delivery frequency Reliability of service Responsiveness	Order condition Order quality Ordering release quantity  Flexibility Responsiveness	Documentation accuracy Receiving/unloading and despatch/loading time Variation in actual and expected performance  Timeliness	Ways of fulfilment Flexibility Service care Supply conditions Lead time  Lead-time Responsiveness and Flexibility	Accurate billing/order Damage-free goods Advance notice of delays Shipment security Customization Transit times Special instructions Quality of drivers Accuracy of tracing	Prompt response On-time deliveries Action on complaints

Sumber : Banomyong dan Supatn (2011: 426)

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa menurut beberapa peneliti, dimensi kualitas layanan Alihdaya logistik dijabarkan secara berbeda sesuai konteks Alihdaya Logistik, dan juga jelas bahwa kategori *Responsiveness* tidak dijabarkan sendiri namun menjadi bagian dari *Reliability*,

Lebih lanjut menurut Banomyong dan Supatn (2011: 422) "*Logistics service quality Service quality*" telah disebutkan sebagai salah satu faktor penting yang mempengaruhi keputusan pengirim barang dalam memilih TPL. Model SERVQUAL mencakup faktor-faktor Kualitas layanan secara generik, namun model tersebut perlu disesuaikan dengan konteks masing-masing industri, untuk Kualitas layanan Logistik, Mentzer *et al.* (1999 dalam Banomyong dan Supatn 2011: 422) telah mengembangkan skala Kualitas layanan Logistik berdasarkan model SERVQUAL. Yaitu skala Kualitas layanan Logistik setidaknya mencakup sembilan dimensi sebagai berikut: Satu, *Information quality*. Dimensi ini mencakup ketersediaan informasi dan akurasi katalog., Dua, *Ordering procedure*. Dimensi ini mencakup ke-efektifan dan kemudahan dalam prosedur permintaan., Tiga, *Ordering release quantity*. Dimensi ini mencakup keadaan bahwa tidak ada masalah dengan jumlah permintaan., Empat, *Timeliness*. Dimensi ini mencakup jangka waktu permintaan yang pendek, tunggakan permintaan dan keyakinan bahwa permintaan akan dilayani sesuai jangka waktu yang dijanjikan., Lima, *Order accuracy*. Dimensi ini mencakup ketepatan dalam hal jumlah, tidak ada kesalahan dan tidak ada kiriman yang tertukar., Enam, *Order quality*. Dimensi ini merujuk pada kualitas atau kinerja dari produk atau barang pengganti., Tujuh, Dimensi ini merujuk pada kemampuan *TPL.*, dalam mengatur transportasi tanpa mengakibatkan

kerusakan argo., Delapan, *Order discrepancy handling*. Dimensi ini merujuk pada kemampuan *TPL*., dalam memberikan laporan tentang adanya ketidak sesuaian barang kiriman ketika hal tersesebut terjadi., Sembilan, *Personnel contact quality*. Dimensi ini merujuk pada kemampuan *TPL*., dalam mempersembahkan tenaga kerja yang handal dalam memberikan layanan.

Skala Mentzer tersebut diatas dapat digunakan untuk menjelaskan Kualitas layanan Logistik secara umum, (Rafiq *and* Jaafar, 2007, dalam Banomyong dan Supatn, 2011) tetapi dibutuhkan ketelitian yang lebih untuk menentukan Kualitas dari Ongkos angkut Logistik.

Berdasarkan defini-definisi tersebut diatas dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas layanan logistik adalah. Kemampuan *TPL* dalam memberikan nilai tambah kepada pelanggan melalui sembilan dimensi Kualitas layanan Logistik.

### 3. **Keluwesan**

Keluwesan atau Flexibility dapat diartikan "*Responsive to change*" atau sebagai Peran dengan batasan-batasan yang luwes dapat berlaku diberbagai pengaturan dan pada berbagai waktu (Janus dan Yvone, 2000). Fleksibilitas telah digunakan untuk mengukur waktu sehubungan dengan pencapaian dari suatu organisasi, fleksibilitas merupakan indikator penting bagi kemampuan perusahaan dalam merespon dinamika pasar. (Li and Ogunmokum, 2000, dalam Byoung *et al.*, 2010: 62). Singkatnya, kemampuan merespon gangguan dalam sistem operasi dapat diukur dengan fleksibilitas. (Carlsson, 1989; Daugherty *et al.*, 1996, Bagchi

*et al.*, 2005 dalam Byoung *et al.*, 2010: 62) menemukan bahwa fleksibilitas layanan, tingkat kerusakan atau kerugian pengangkutan, dan proses klaim dan restitusi harus diurus dengan baik untuk meningkatkan kinerja TPL.

Menurut Vickery *et al.*, (1999, dalam Felix *et al.*, 2006), menyatakan bahwa:

*"Flexibility has a close relationship with environmental uncertainty, overall firm and functional interfaces; therefore it should be understood by managers and all employees of company when making decision in all aspects."* (hal. 643).

Dijelaskan bahwa keluwesan sangat erat dengan ketidak pastian keadaan yang dapat sewaktu-waktu mempengaruhi semua fungsi kegiatan perusahaan, maka semua manajer dan karyawan harus memahami pentingnya keluwesan pada saat membuat keputusan apapun. Menurut (Felix *et al.*, 2006: 650) Juga dijelaskan bahwa keluwesan sebagai kemampuan sebuah organisasi untuk beradaptasi atau merespon secara efektif atas perubahan. Juga Keluwesan atau Fleksibilitas pengiriman merupakan tiga hal terpenting yang tidak boleh diabaikan dijamin sekarang disamping Produk ber-biaya Rendah serta Kualitas Tinggi. (Aquilano *et al.*, 1995 dalam Leslie *et al.*, 2003)

Menurut Sanches (1995, dalam Leslie *et al.*, 2003: 449), suatu strategi untuk tetap dapat mempertahankan keuntungan kompetitif adalah dengan membuat organisasi yang Luwes atau Fleksibel, masih menurut Sanches, Strategi Keluwesan terdiri dari dua dimensi yaitu : Satu, *Resource Flexibility* atau bagaimana sumberdaya dapat dimanfaatkan pada beberapa pilihan penggunaan, biaya dan hambatan yang timbul yang berhubungan dengan Pilihan penggunaan sumber daya

yang satu ke sumber daya yang lain, dan waktu yang dibutuhkan untuk perubahan penggunaan tersebut., Dua, *Coordination Flexibility* yaitu keluwesan pada proses pendefinisian ulang produk strategi, keluwesan dalam mengatur kembali sumber daya untuk membuat produk, dan penyebaran kembali sumber daya yang dibutuhkan tersebut untuk membuat produk.

Menurut Janus dan Yvone (2000), persepsi atas keluwesan adalah: kemampuan untuk merubah sesuai kehendak dan kebutuhan. Keluwesan adalah kemampuan untuk menyesuaikan dalam cara yang berbeda atas keadaan sekarang yang bertentangan dengan perkembangan yang mana tidak mungkin untuk dirubah. Pemikiran ini menggambarkan kemampuan untuk tetap dapat bekerja pada kondisi yang berubah-ubah, apakah perubahan itu dapat diprediksi maupun tidak, dan apakah keadaan dimaksud sama sekali berbeda dari dugaan semula atau tidak. Kemampuan untuk beradaptasi ini dibutuhkan bagi perusahaan yang untuk alasan ekonomis saat ini sedang berubah menjadi organisasi yang secara teknis lebih efisien dalam pengelolaan "*Zero-Stock, Just in Time dan Type-Flow type*" yang membuatnya menjadi lebih waspada.

Menurut Joseph & Joe (2009), melalui sepuluh atribut penting dalam proses *contingency planning* yang secara potensial menjelaskan hubungannya dengan keluwesan: Satu, *Top management support* atau Dukungan manajemen puncak. Komitmen dari manajemen puncak harus mendukung keseluruhan proses, kalo tidak, semua ide dan inisiatif akan segera ditinggalkan begitu saja oleh tim, (Wisner dan Lewis, 1997). Min dan Mentzer (2004) memperkuat konsep dengan menambahkan dukungan manajemen puncak adalah keharusan, untuk mencapai kesuksesan program manajemen. Bardi *et al.*, (1994) juga menyimpulkan bahwa

tanpa dukungan manajemen puncak, semua sistem tidak akan bisa dikembangkan melebihi tingkat standar minimum dan akan gagal dalam mencapai tujuan utamanya yaitu memperbaiki efisiensi, dan *competitive advantage*-nya. Dua, *Goal alignment* atau Penyelarasan tujuan. Tujuan strategik perusahaan sangat penting terhadap *Contingency Planning process*. Tujuan bersama merujuk pada penekanan bidang tertentu di perusahaan, hal ini biasanya dilakukan melalui pengembangan strategi, nilai yang dianut, aturan-aturan, prosedur dan penggunaan sumber daya (Mollenkopf *et al.*, 2000). Tiga, *Resource alignment* atau penyelarasan sumber daya. Intra dan Inter-organisional penggabungan sumber daya bisa menjadi cara yang sangat efektif dalam mencapai keluwesan, dan pada akhirnya keuntungan kompetitif (Global Logistics Research Team at Michigan State University, 1995). Penggabungan dapat memberikan keuntungan tanpa adanya resiko seperti ketika total kontrol dan kepemilikan masing-masing. Masing-masing anggota gabungan dapat mengambil keuntungan dari efek *multiple strengths* (Larson, 1994). Empat, *Information* atau Informasi. Kemampuan perusahaan untuk membuat, menggabungkan dan menggunakan informasi adalah sangat penting. Kemampuan untuk mendapatkan informasi untuk kepentingan proses perencanaan adalah sangat penting untuk memilih dan mengembangkan strategi yang cocok guna menghadapi gangguan-gangguan. (Fawcett *et al.*, 2000). Perusahaan membutuhkan informasi dan kemampuan untuk menyebarkan informasi tersebut guna mengembangkan *contingency plans*, guna mengatur proses perencanaan dan kontrol operasi (Kaplan, 1991). Lima, *Information sharing* atau Berbagi informasi. *Information sharing* adalah kesediaan untuk membuat data strategis dan taktis untuk pihak lain yang terlibat dalam proses perencanaan. Membuka *sharing of information* sama dengan



memberikan perekat agar proses rantai pasokan tetap bekerja (Mentzer, 1993). Tanpa komunikasi dan *information sharing* yang memadai, akan memaksa anggota rantai pasokan berada pada *trade-off situations* situasi dimana anggota tidak dapat berbuat sebagaimana mestinya untuk memberikan layanan yang baik pada proses rantai pasokan setelahnya. Dan harus diatasi dengan membuat pilihan efektif dan efisien guna merespons adanya potensi gangguan (Mohr and Nevin, 1990). Enam, *Connectivity* atau Keterhubungan. Keterhubungan menunjukkan kemampuan perusahaan atau jaringan untuk membagi dan memanfaatkan informasi, termasuk kemampuan untuk menyebarkan informasi yang telah dikembangkan bersama, atau yang telah disepakati, system informasi seperti EDI atau ERP. Tujuh, *Planning process* atau Proses perencanaan. Proses perencanaan memainkan peran penting dalam meningkatkan kinerja perusahaan dan pengembangan kemampuan (Fawcett *et al.*, 1996). Kenyataannya tujuan utama dari strategi adalah untuk mengetahui dan memilih kemampuan khusus untuk melakukan tugas tertentu (Stalk Jr, 1988). Dalam hal ini *contingency planning* mampu memprediksi pengembangan keluwesan melalui pemrosesan informasi dan pengelolaan sumber daya. (Bowersox *et al.*, 1989; Fawcett *et al.*, 1996). Delapan, *Comprehensiveness* atau Kelengkapan. Peran dari kelengkapan rencana adalah untuk membangun suatu organisasi atau jaringan melalui evaluasi tujuan, pilihan dan sumber daya. (Hayes *et al.*, 1988). Pengembangan yang efektif dan alokasi sumber daya adalah secara spesifik sangat penting dalam lingkungan yang kompleks dan berubah-ubah (Fawcett *et al.*, 1997). Kelengkapan aspek dari proses perencanaan membantu penyusunan dan koordinasi dari operasi menjadi lebih efektif yang pada gilirannya meningkatkan mutu dari keluwesan. (Fawcett *et al.*, 1997; Kuicalis, 1991).

Sembilan, *Standardization of processes* atau standarisasi proses. Standarisasi proses merujuk pada pembentukan kebijakan dan prosedur bersama untuk memfasilitasi proses perencanaan. (Global Logistics Research Team at Michigan State University, 1995). Secara tegas dan sistematis proses perencanaan berhubungan erat dengan kesuksesan kompetitif (Andersen, 2000; Ansoff *et al.*, 1970; Herbane *et al.*, 2004; Herold, 1972; Peattie, 1993; Wood dan LaForge, 1979). Standarisasi dari praktik yang telah distudi-bandingkan, memastikan bahwa kegiatan yang sudah terbukti berhasil guna, diterapkan melalui perusahaan dan jaringan. Standar studi-banding dalam proses *contingency planning* juga telah diidentifikasi sebagai hal penting dalam kesuksesan kompetitif (Bowersox *et al.*, 1989). Sepuluh, *Collaboration* atau Kerjasama. Kerjasama melibatkan hubungan interdependen dimana para pihak secara sangat dekat bekerja sama untuk membuat suatu hasil yang menguntungkan bagi semua pihak. (Jap, 1999, 2001). Kerjasama yang benar antar perusahaan atau antar bagian dari suatu perusahaan dapat menghasilkan keuntungan termasuk di dalamnya proses pembuatan penggabungan pengetahuan, keahlian dalam meminimalkan gangguan pada rantai pasokan dan mengetahui maksud strategi pendekatan dari masing-masing pihak.

Dari definisi tersebut diatas dapat disimpulkan bahwa keluwesan adalah hal kemampuan perusahaan Alihdaya logistik untuk selalu dapat berperan dengan efektif dalam berbagai keadaan dari waktu ke waktu dengan tetap memperhatikan biaya rendah dan kualitas layanan, juga kemampuan dalam hal pemanfaatan dan pengaturan sumber daya yang ada untuk memberikan nilai tambah bagi

perusahaan dan pelanggan, khususnya dalam hal membantu pelanggan untuk menjadi lebih efisien dalam pengelolaan “*Zero-Stock, Just in Time* dan lain-lain.

#### 4. Inovasi

Bessant (2004, dalam Shong *et al.*, 2010: 580). memperkenalkan empat tipe dari inovasi dalam pembahasannya “*interrelated concepts of supply chain learning and innovation*” yaitu: Satu, *Products and/or services*. Dalam logistik, *new services* atau layanan baru adalah sama dengan produk baru dalam sektor industri, dan adalah sama dengan begitu seringnya berfikir dan bicara tentang “*Track & Trace*” sebagai produk dari transportasi ketika baru diperkenalkan., Dua, *Processes*. *New processes are at the heart of logistics*, yaitu tentang pengaturan arus material dan informasi dari bahan baku sampai dengan pengguna akhir. Inovasi proses adalah tentang cara baru dalam mengerjakan sesuatu seperti *just-in-time deliveries*., Tiga, *Positions*. *Positioning is where known products or processes are developed into new uses or contexts*. Sebuah contoh yang sangat terkemuka tentang “*positioning a product into new uses in new contexts*” adalah penggunaan *Hand Phone* yang mula-mula hanya sebagai alat komunikasi biasa, telah berubah fungsinya melebihi fungsinya semula, menjadi *multiple uses* seperti fotografi, film, radio, alat pembayaran, alat untuk mengecek jadwal penerbangan dan lain-lain., Empat, *Paradigms*. Akhirnya, semua model bisnis mencontohkan paradigma atau cara pandang baru, contoh yang paling spektakuler dalam hal “*General management and business world*” adalah perusahaan terkemuka seperti IKEA, Dell Computer dan Zara yang telah menerapkan perubahan total dalam menjalankan bisnisnya, dan telah mendapat predikat *Superior* dalam pencapaiannya. (Moody, 2009; Byrnes,

2003; Ferdows *et al.*, 2004). Perbaikan yang proactive dan inovasi yang berorientasi pada pelanggan dapat memprediksi secara positif kesetiaan kepada TPL. “*Proactive improvements, understood as customer-oriented innovations by an LSP within a specific relationship, have the potential to create added value for the customer and, as a result, to increase customer loyalty and market share*” (Christian, dan Carl, 2011: 439).

Tatsuya (2006: 114) menjelaskan bahwa terbukti, inovasi di Alihdaya logistik sangat bergantung pada jumlah kargo milik industri industri manufaktur dan ritel dan juga kebijakan pemerintah dalam mengatur transportasi, hal ini membuktikan kesalingtergantungan antara pengguna jasa Alihdaya logistik dan TPL., untuk dapat melakukan inovasi di area jasa layanan logistik.

Dari definisi-definisi tersebut di atas dapat disimpulkan bahwa inovasi dalam Alihdaya logistik adalah: Kemampuan perusahaan Alihdaya logistik dalam melakukan perbaikan terus menerus secara proaktif dan berorientasi pada pengguna jasa Alihdaya logistik.

## **5. Pilihan Penyedia Jasa**

Sohail dan Sohal (2006) menemukan bahwa keputusan meng-alihdayakan proses logistik di Malaysia dan Singapura didasari pada beberapa pertimbangan yaitu: Satu, *Time saving*, Dua, *Improved customer services*, Tiga, *Payment/Credit terms*, Empat, *Increased flexibility* dan Lima, *Reduced invesment*. Menurut Chandandeep *et al.*, (2008: 6) beberapa faktor penting mendasari keputusan *make*

*or buy*, meng-alihdaya-kan atau melakukan sendiri proses logistiknya. Chandandeep *et al.*, mengembangkan lima kriteria alasan bagi perusahaan untuk meng-alihdaya-kan proses logistiknya. Dengan menggunakan metode AHP., penelitian ini merumuskan enam *sub-objectives decision making* yaitu: Satu, *Maximizing financial benefits* menjelaskan bahwa faktor utama penentu segala keputusan adalah faktor moneter, yaitu memaksimalkan keuntungan finansial bagi perusahaan, Dua, *Flexible capacity* menjelaskan bahwa fluktuasi permintaan memberikan beban pada keterbatasan kapasitas, oleh sebab itu layanan servis panggilan dan lain-lain, hanya jasa transportasi lokal-lah yang dapat mengakomodir keterbatasan tersebut., Tiga, *More focus in core competency* menjelaskan bahwa semua organisasi yang berupaya untuk mengontrol semua aspek yang berhubungan dengan bisnisnya sudah pasti akan kehilangan fokusnya. Oleh sebab itu mengurus dengan baik kompetensi utama dan menyerahkan kepada pihak lain aspek lainnya adalah skenario yang benar dijamin sekarang., Empat, *Reduction in risk and liability* menjelaskan bahwa distribusi melibatkan banyak komplikasi, detail yang tidak dikehendaki, juga proses bea cukai yang berbeda-beda di setiap negara selama transportasi mengakibatkan resiko dan kewajiban menjadi sangat tinggi, hal ini akan mengganggu kinerja manajemen dan membebani efisiensi., Lima, *Wider coverage* menjelaskan bahwa dengan keterbatasan kapasitas distribusi yang dimiliki, akan sulit bagi perusahaan untuk mengembangkan pengaruhnya, maka dengan meng-alihdaya-kan sebagian proses distribusi akan dapat memaksimalkan pengaruhnya., dan Enam, *Responsiveness* menjelaskan bahwa dalam berbagai industri, merespon keluhan pelanggan dengan cepat adalah sangat penting,

mengingat adanya persaingan hidup atau mati, maka kepuasan pelanggan dan kesetiaan sangat berperan dalam menentukan gagal atau suksesnya perusahaan.

Dari definisi-definisi tersebut di atas dapat disimpulkan bahwa Pilihan Penyedia Jasa Alihdaya logistic adalah seleksi atas penyedia jasa Alihdaya yang dilakukan oleh pengguna jasa dengan mempertimbangkan kriteria-kriteria tertentu sebagaimana enam *sub-objectives decision making*.

## 6. Kesetiaan

Dalam konteks pemasaran, perilaku untuk membeli produk yang sama secara konsisten seringkali diacu sebagai kesetiaan terhadap suatu merek. Oliver (1999 dalam Pollack, 2009: 42). Namun demikian, pengertian kesetiaan yang demikian banyak diperdebatkan karena hanya mengekspresikan aspek perilaku.

Sheth dan Mittal (2004: 392) juga mengemukakan bahwa definisi kesetiaan dari segi perilaku konsumen hanya menunjukkan pembelian kembali merek yang sama, bukan apakah konsumen itu secara actual menyukai merek itu bila dibandingkan dengan merek lainnya. Sheth dan Mittal mengemukakan lebih lanjut bahwa konsumen dapat saja membeli merek yang sama hanya karena kebiasaan atau kenyamanan, tanpa banyak berfikir tentang hal itu. Kesetiaan yang seperti itu tidak akan dapat stabil sehingga jika pesaing menawarkan harga yang lebih murah misalnya, seorang konsumen akan beralih ke produk konsumen itu. Di sisi lain,

pada kesempatan tertentu, jika ada konsumen yang membeli merek yang berbeda dari merek yang biasa dibelinya akan ditafsirkan sebagai kurang atau tidak setia. Padahal, hal itu mungkin saja dilakukan konsumen karena persediaan merek yang biasa dibelinya sedang habis.

Pendapat lainnya dikemukakan oleh Day sebagaimana dikutip oleh Sheth dan Mittal (2004: 392) bahwa kesetiaan terhadap merek terdiri dari pembelian kembali yang ditandai dengan kecenderungan internal yang kuat. Kecenderungan itu mengacu pada sikap yang positif. Jadi, kesetiaan yang sebenarnya mencakup perilaku dan sikap (Dick dan Basu, sebagaimana dikutip oleh Sheth dan Mittal, 2004: 392). Dalam hal ini, sikap tersebut lebih diacu sebagai kesukaan menyeluruh dan kecenderungan daripada tiga komponen sikap (kognitif, afektif dan konatif).

Penyertaan komponen perilaku dan kesikapian pada definisi kesetiaan telah dikemukakan oleh Oliver, (1999 dalam Pollack, 2009: 43) dengan mengikuti pola kognisi – afeksi – konasi. Oliver mengemukakan bahwa konsumen dapat menjadi “setia” pada tiap tahap kesikapian itu sesuai dengan unsur yang berbeda dari struktur perkembangan sikapnya. Secara spesifik dan teoritik, pertama kali konsumen menjadi setia pada tahap kognitif, kemudian pada tahap afektif, dan dilanjutkan pada tahap konatif, serta diakhiri pada tahap proses berperilaku, yang diuraikan sebagai “tindakan yang cenderung tetap.” Pada tahap pertama kesetiaan, informasi mengenai atribut merek yang tersedia untuk konsumen mengindikasikan bahwa satu merek lebih disukai daripada merek alternatifnya. Tahap ini diacu sebagai kesetiaan kognitif atau kesetiaan yang hanya didasarkan pada keyakinan terhadap atribut produk. Kognisi tersebut dapat didasarkan pada pengetahuan sebelumnya atau pada informasi yang didasarkan pada pengalaman yang terakhir.

Kesetiaan pada tahap ini diarahkan pada mereknya karena “informasi” (tingkat kinerja atribut) mengenai merek tersebut. Namun demikian, kesetiaan tersebut masih bersifat dangkal. Artinya, jika transaksinya bersifat rutin sedemikian sehingga tidak terjadi kepuasan, maka kedalaman kesetiaan tidak lebih dalam daripada kinerja semata-mata. Jika kepuasan terjadi, maka kesetiaan itu akan menjadi bagian dari pengalaman konsumen dan mulai mencapai tahap afeksi Oliver (1999 dalam Pollack, 2009: 43).

Pada tahap kedua perkembangan kesetiaan, kesukaan atau sikap terhadap merek telah berkembang berdasarkan kepuasan yang bersifat kumulatif dari beberapa kali penggunaan merek. Hal itu merepresentasikan dimensi menyenangkan dari definisi kepuasan – pemenuhan yang menyenangkan – sebagaimana dikemukakan sebelumnya. Komitmen pada tahap ini diacu sebagai kesetiaan afektif dan diingat dalam pikiran konsumen sebagai kognisi dan afeksi. Sementara kognisi secara langsung dapat diprediksi oleh argumentasi yang berlawanan, afeksi tidak mudah diprediksi. Pada tahap ini, kesetiaan yang ditunjukkan terhadap merek diarahkan pada derajat afeksi (kesukaan) terhadap merek itu. Seperti pada kesetiaan kognitif, tetapi, bentuk kesetiaan ini tetap rentan untuk berubah menjadi tidak setia, sebagaimana telah ditunjukkan oleh data yang ada bahwa banyak konsumen yang menyatakan puas ternyata beralih ke merek lainnya. Jadi, konsumen yang setia pada tingkat komitmen yang lebih dalam masih diperlukan.

Tahap berikutnya pada perkembangan kesetiaan adalah tahap konatif (intensi perilaku), sebagaimana mampu diprediksi oleh episode afeksi yang positif secara berulang-ulang terhadap suatu merek. Konasi, menurut definisinya, mengimplikasikan komitmen untuk membeli kembali merek yang spesifik. Jadi,



kesetiaan konatif merupakan komitmen yang dimiliki secara lebih dalam untuk membeli, yang merupakan intensi untuk membeli kembali suatu merek dan lebih mirip dengan motivasi.

Studi mengenai mekanisme perubahan dari intensi menjadi tindakan disebut sebagai “kontrol tindakan” (Kuhl dan Beckmann, sebagaimana dikutip oleh Oliver, 1999: 36). Pada urutan kontrol tindakan, intensi yang termotivasi pada keadaan kesetiaan sebelumnya berubah menjadi kesiapan untuk bertindak. Kesiapan itu disertai dengan keinginan tambahan untuk mengatasi hambatan yang mungkin mencegah tindakan itu untuk terjadi. Kesiapan untuk bertindak itu analog dengan “komitmen yang dimiliki secara mendalam untuk membeli kembali atau untuk berlangganan kembali produk yang disukai secara konsisten di waktu yang akan datang, sementara usaha untuk “mengatasi hambatan” analog dengan pembelian kembali “walaupun pengaruh situasional dan usaha pemasaran dari pesaing berpotensi mempengaruhi seseorang untuk beralih ke pesaing itu” (Oliver, 1997: 395).

Dari uraian mengenai pengertian kesetiaan di atas dapat diketahui beberapa hal berikut. Satu, kesetiaan dapat mengacu pada perilaku maupun komponen kesikapan. Dua, secara teoritis, ada empat variasi kesetiaan sesuai dengan tahap pembentukannya. Tiga, kesetiaan terhadap suatu produk yang hanya digunakan satu kali mungkin juga terjadi, seperti kesetiaan mahasiswa terhadap jasa suatu perguruan tinggi.

Ziethaml, Bitner, and Gremler (2009: 552), memberikan pengertian kesetiaan: *Customers are loyal as long as they continue to use a goods or service.* Pelanggan setia selama mereka terus menggunakan barang atau

jasa. Pentingnya untuk meningkatkan *first-time customer* menjadi *lifetime buyer* adalah: Satu, Penjualan akan meningkat karena konsumen akan membeli lebih dari Anda., Dua, Akan menguatkan posisi Anda di pasar jika konsumen membeli dari Anda dan bukan dari kompetitor., Tiga, Biaya pemasaran akan turun karena Anda tidak harus menggunakan uang lebih banyak untuk menarik konsumen karena Anda telah mengenalnya sehingga: Konsumen yang puas akan menceritakan kepada temannya sehingga akan mengurangi biaya iklan dan anda akan dapat mengisolasi dari kompetisi harga karena konsumen yang loyal tidak gampang terpengaruh oleh discount dari pesaing, dan akhirnya konsumen yang puas akan senang untuk mencoba produk anda yang lainnya, sehingga membantu Anda untuk memperoleh pangsa pasar yang lebih luas.

Indikator dari kesetiaan pelanggan menurut Fitzsimmons (2011: 225) adalah: Satu, *Repeat Purchase* (kesetiaan terhadap pembelian produk), Dua, *Retention* (Ketahanan terhadap pengaruh yang negatif mengenai perusahaan)., Tiga, *Referalls* (merefereasikan secara total esistensi perusahaan).

Keuntungan-keuntungan yang akan diperoleh perusahaan apabila memiliki pelanggan yang loyal antara lain: Satu, Mengurangi biaya pemasaran (karena biaya untuk menarik pelanggan baru lebih mahal)., Dua, Mengurangi biaya transaksi (seperti biaya negosiasi kontrak, pemrosesan pesanan, dll)., Tiga, Mengurangi biaya turn over pelanggan (karena pergantian pelanggan yang lebih sedikit). Empat, Meningkatkan penjualan silang yang akan memperbesar pangsa pasar perusahaan., Lima, Lisan yang lebih positif dengan asumsi bahwa pelanggan yang loyal juga berarti mereka yang merasa puas., Enam, Mengurangi biaya kegagalan (seperti biaya pergantian, dan lain-lain).

Ciri-ciri Pelanggan yang Loyal adalah: Satu, *Makes regular repeat purchase* (melakukan pembelian ulang secara teratur)., Dua, *Purchases across product and service lines* (melakukan pembelian produk yang lainnya dari perusahaan Anda), Tiga, *Refers others* (memberikan referensi pada orang lain) dan “empat” *Demonstrates in immunity to the pull of the competition* (menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing/ tidak mudah terpengaruh oleh bujukan pesaing).

Caruana (1999) mendefinisikan kesetiaan pada layanan jasa sebagai tingkat perilaku pelanggan melakukan pembelian ulang kepada penyedia jasa, memiliki disposisi sikap yang positif kepada penyedia jasa, dan mempertimbangkan untuk menggunakan penyedia jasa tersebut ketika ada kebutuhan layanan jasa. Namun masalah pengukuran selalu mengaran kepada tidak diperhatikannya perilaku sebenarnya pada penelitian empiris, dan fokus hanya pada tujuan penelitian. Prakiraan pada tujuan tersebut secara sangat signifikan memprediksi perilaku (David, 2010). Terdapat pula tradisi penelitian yang beraneka ragam yang didedikasikan kepada Kualitas layanan dan kepuasan pelanggan dibidang logistik yang rata-rata berfokus pada hubungan *supplier-buyer*, namun ada terdapat pula beberapa yang terbatas pada hubungan *TPL.*, Bienstock *et al.*, (1997) bersikeras pada alternatif untuk instrumen SERVQUAL dan memperkenalkan model distribusi kualitas fisik yang didasarkan pada tiga dimensi: ketepatan waktu, ketersediaan, dan kondisi, (Mentzer *et al.*, 1999 dalam Banomyong dan Supatn 2011: 422) mengidentifikasi sembilan dimensi kualitas logistik, terutama terkait dengan proses pemesanan pengiriman tetapi juga aspek yang lebih umum seperti kualitas informasi dan kualitas personel kontak. Franceschini dan Rafele

(2000) membahas delapan indikator kualitas layanan logistik dan menunjukkan hubungannya instrumen SERVQUAL. Rafele (2004) kemudian menyederhanakan indikator ini untuk tiga dimensi kualitas logistik: komponen *tangible*, cara pemenuhan kewaiban, dan cara berkomunikasi, Grant (2004) menemukan dimensi yang sama *pre-order and order service and quality*, tetapi menambahkan dua dimensi lainnya yaitu: hubungan layanan dan kualitas hubungan.

Kesetiaan dapat diprediksi oleh perbaikan yang *proactive* dan inovasi yang berorientasi pada pelanggan sebagai berikut: “*Proactive improvements, understood as customer-oriented innovations by an LSP within a specific relationship, have the potential to create added value for the customer and, as a result, to increase customer loyalty and market share*” (Christian dan Carl 2011: 439)

Dari defini-definisi tersebut di atas, dapat disimpulkan bahwa kesetiaan pada layanan jasa Alihdaya logistik sebagai tingkat perilaku pelanggan melakukan pembelian ulang kepada penyedia jasa Alihdaya Logistik, memiliki disposisi sikap dan pengetahuan yang positif kepada penyedia jasa Alihdaya Logistik, dan mempertimbangkan untuk menggunakan penyedia jasa Alihdaya Logistik tersebut ketika ada kebutuhan layanan jasa Alihdaya Logistik, dengan memperpanjang kontrak logistik karena kualitas hubungan yang baik dan kemampuan penyedia jasa Alihdaya Logistik dalam berinovasi secara proaktif,

## **B. Kaitan antara Variabel -Variabel**

## 1. Persepsi atas Harga dan Pilihan Penyedia Jasa

Pada penelitian sebelumnya telah ditemukan bahwa kemampuan prediksi harga dalam Pilihan penyedia jasa Alihdaya logistik meski tidak cukup stabil namun merupakan kriteria yang sangat erat berhubungan dengan kriteria lain seperti kualitas layanan, kepercayaan dan *sharing* informasi, cakupan layanan, kinerja operasi, stabilitas keuangan, kapasitas dan kinerja pengiriman yang merupakan kriteria yang patut dipertimbangkan. Qureshi *et al.*, (2007). Namun demikian kemampuan prediksi harga pada Pilihan jasa Alihdaya logistik menunjukkan hasil negatif pada organisasi nirlaba. Kremic *et al.*, (2006).

Penelitian Spenser *et al.*, (1994) ditemukan bahwa harga merupakan kriteria penting setelah reputasi *TPL.*, yang merupakan salah satu faktor yang perlu dipertimbangkan dalam penentuan Pilihan penyedia jasa Alihdaya Logistik.

Banomyong (2011), menemukan bahwa meski menempati urutan terakhir, harga layanan Alihdaya logistik mampu memprediksi dengan baik pada proses Pilihan jasa Alihdaya logistik.

Hasil penelitian Sahay dan Mohan (2006) menunjukkan hasil yang sama, bahwa kenaikan yang tajam akan aktifitas logistik dua sampai dengan lima tahun kedepan, mampu memprediksi intensitas penggunaan jasa Alihdaya logistik, terbukti bahwa pengguna jasa Alihdaya logistik setuju untuk menggunakan jasa Alihdaya logistik seperti: "*Outbound transportation (94.3 per cent), custom*

*clearing and forwarding (90.9 per cent), import and export management (81.8 per cent), fleet management and consolidation (83.6 per cent), inbound warehousing (44.3 per cent), reverse logistics (42.6 per cent), reverse logistics (57.4 per cent), warehousing (55.7 per cent), consolidation (54.5 per cent), inventory management (54.4 per cent) and distribution (54.3 per cent).*” Disimpulkan bahwa hal ini membuktikan para pengguna jasa Alihdaya logistik serius dalam menekan “*Logistic cost*” hasil penelitian Jack *et al.*, (2009) juga menunjukkan bahwa variabel “*cost saving*” secara positif (0,590) berkorelasi dengan yang lain, yaitu: *customer oppotunism, resource commitments, contractual arrangement*, dan *reverse logistik capabilities*.

## **2. Kualitas Layanan dan Pilihan Penyedia Jasa**

Hasil penelitian Hsiao *et al.*, (2011) di Belanda dan Taiwan, dibidang pengolahan makanan, perbandingan antara TPL., di Belanda dan Taiwan. Tidak seperti di Belanda yang TPL-nya sudah mengimplementasikan *Hazard analysis and critical control points (HACCP)* yang sangat penting untuk industri tersebut, Hsiao menyarankan peningkatan kualitas layanan logistik kepada TPL lokal China Taipei atau Taiwan untuk segera mengimplementasikan *HACCP*. Untuk meningkatkan kualitas layanannya agar tidak tergusur oleh TPL internasional.

Penelitian sebelumnya tentang Alihdaya *warehousing* di Amerika Maltz (1994), menemukan bahwa TPL., harus menekankan kualitas layanan jika ingin serius dalam mempersembahkan layanan *warehousing*. Karena terbukti bahwa variabel

harga termasuk salah satu pertimbangan dalam Pilihan jasa layanan Alihdaya logistik, namun tidak terbukti cukup signifikan dalam penelitian tersebut.

### 3. Keluwesan dan Pilihan Penyedia Jasa

Hasil penelitian Aghazadeh (2003: 54) menjelaskan keluwesan menjadi variable yang sangat penting dalam Pilihan jasa Alihdaya logistik, dijelaskan keluwesan TPL., dalam mempersembahkan *one stop* kebutuhan logistik kepada pelanggan pada kompetensi utamanya yaitu *Transportation Management, Inventory Management, Value-added Services* sangat mampu memprediksi Pilihan penyedia jasa Alihdaya logistik. Dicontohkan bagaimana kinerja *Redwood Systems* sebagai *full-service contract logistics* yang memberikan pelayanan integral kepada pelanggan dan mampu memberikan benefit *one stop* kebutuhan logistik dan dapat mempersembahkan nilai tambah pada penghematan biaya logistik 15% hingga 30%. Juga dijelaskan bahwa keluwesan yang dimiliki TPL., dapat memberikan benefit multi dimensi kepada pengguna jasa Alihdaya logistik. Damien Power *et al.*, (2007). Sebagaimana *logistic flexibility* ikut berperan penting dalam keluwesan operasional suatu perusahaan, dapat disimpulkan bahwa keluwesan Alihdaya logistik merupakan variabel penentu dalam pertimbangan Pilihan jasa Alihdaya logistik. Leslie *et al.*, (2003), hal ini dengan jelas dicontohkan oleh UPS bagaimana kolaborasi antara Toshiba dan HP. dengan UPS dalam mempersembahkan layanan servis kepada pelanggan yang disebut sebagai *in-sourcing* Friedman (2007: 167-169).

#### 4. Inovasi dan Pilihan Penyedia Jasa

Penelitian Hsiao (2008) pada jaringan pasok makanan, ditemukan bahwa inovasi dan peningkatan kinerja menjadi variabel penentu dalam Pilihan jasa Alihdaya logistik pada level 1. Transportasi dan pergudangan, Level 2. *Cutting, Mixing dan Packing* dan Level 3. *Inventory dan Transport management*. Demikian juga ketersediaan akan inovasi termasuk salah satu kriteria dengan bobot 5% dalam Pilihan jasa Alihdaya logistik, dengan skor 0.225, meski tidak signifikan namun kriteria ini perlu dipertimbangkan Sameer *et al.*, (2009)

#### 5. Persepsi atas Harga dan Kesetiaan

Penelitian di Spanyol Eropa menunjukkan bahwa mayoritas perusahaan di Spanyol mempertimbangkan untuk tetap menggunakan jasa layanan Alihdaya logistik karena alasan biaya, lebih dari 70% perusahaan meng-Alihdayakan fungsi transportnya. Carbalosa (2011). juga variabel *Maximized financial benefit* pada penelitian sebelumnya oleh Chandandeep *et al.*, (2008) yang menunjukkan hubungan sangat signifikan (0,898) antara variable *Maximized financial benefit* dengan peng-Alihdaya-an fungsi logistik. Demikian juga harga menempati urutan penting bagi para manajer dalam menentukan hubungan jangka panjang, dengan bobot 15% , hal ini ditemukan dalam penelitian Kumar *et al.*, (2010). Penelitian lainya menyimpulkan bahwa harga secara signifikan mampu memprediksi kesetiaan pelanggan pengguna jasa Alihdaya logistik, perbandingan antara pelaksanaan tugas logistik yang dilakukan sendiri oleh perusahaan pengguna jasa dan dilaksanakan oleh TPL., hasilnya menunjukkan bahwa TPL., melakukannya



dengan lebih baik dan efisien, mean (5.085) standard dev.(1.505). Davia *et al.*, (2010: 269).

## 6. Kualitas Layanan dan Kesetiaan

Di dalam penelitian sebelumnya telah ditemukan bahwa kualitas layanan mampu memprediksi kesetiaan konsumen dan niat pelaku (Parasuraman *et al.*, 2005 dalam Suh dan Pedersen 2010: 78).

Penelitian Jari Juga (2010) menjelaskan bahwa *Descriptive statistical analysis* pengguna jasa Alihdaya logistik secara umum puas atas layanan TPL., evaluasi terhadap layanan operasional dan personal menunjukkan hasil yang baik lebih dari lima dari tujuh poin skala likert, dimana respon terhadap tingkat pelayanan teknis dari sistem informasi dan komunikasi elektronik sedikit lebih rendah yaitu (mean 4.8). Tingkat kepuasan pengguna jasa layanan Alihdaya logistik secara umum puas atas kinerja TPL., juga cukup tinggi (5.2). dan harapan untuk melangsungkan hubungan lebih lanjut juga tinggi (5.3). demikian juga *positive word-of-mouth effect* juga tinggi (4.8). Namun demikian, kesetiaan bukanlah timbul begitu saja untuk lebih banyak membeli layanan Alihdaya logistik pada TPL., yang ada sekarang (3.4).

Penelitian lain di China, menemukan perlunya perbaikan pada TPL., lokal yang berorientasi hanya pada layanan terbatas dan penurunan biaya. Disarankan agar TPL., lokal untuk berusaha memberikan layanan yang lebih komprehensif dan luas kepada pelanggan dan memperbaiki layanan dalam hal *Lead Time performance*,

*reliability* dan *consistency*, jika perlu lakukan *strategic alliance* agar hal tersebut dapat tercapai. (Junjie Hong *et al.*, 2006)

### **7. Keluwesan dan Kesetiaan**

Shams Rahman (2011) pada penelitiannya di Australia menemukan hubungan yang sangat signifikan (86%) antara tiga faktor: *cost reduction*, *reduction in capital investment*, dan *enhance operational flexibility*, ketiga faktor tersebut secara signifikan mampu memprediksi kepuasan yang pada akhirnya mampu memprediksi kesetiaan pelanggan pada layanan Alihdaya logistik. Pada penelitian lain, keluwesan operasional yang merupakan bagian dari logistik efisiensi bersama-sama dengan *affective trust* mampu memprediksi pengguna jasa Alihdaya logistik dalam memutuskan untuk berkolaborasi yang berarti setia berhubungan dengan TPL. Dejelaskan bahwa kedua variabel tersebut merupakan syarat mutlak bagi manager untuk memutuskan membangun hubungan dan setia dengan TPL., karena dalam berkolaborasi ada resiko "*leak of information*" yang mungkin terjadi. Demikian temuan penelitian Byoung *et al.*, (2010)

### **8. Inovasi dan Kesetiaan**

Busse dan Wallenburg dalam penelitiannya dengan metode "*conceptual deliberations*." menemukan bahwa penelitian di bidang manajemen inovasi dalam Alihdaya logistik perlu dilakukan lebih lanjut, mengingat hasil revidu menunjukkan bahwa pengetahuan akan manajemen inovasi di bidang Alihdaya logistik yang telah ada sangat sulit diintegrasikan, maka disarankan untuk penelitian yang lebih komprehensif selanjutnya di bidang proses inovasi dan sistem Alihdaya logistik.

Penelitian lainya menyimpulkan bahwa inovasi secara signifikan mampu memprediksi kesetiaan pelanggan pengguna jasa Alihdaya logistik, dijelaskan bahwa hubungan yang baik harus memungkinkan konflik antar organisasi untuk menjadi fungsional, yaitu konflik yang tidak mengurangi loyalitas melainkan mendorong kearah perbaikan dan inovasi David *et al.*, (2010: 268).

Tabel 2.2

## Pemetaan Hasil Penelitian Terdahulu

No	Tahun, Peneliti	Judul	Variabel	Metode dan Hasil
1	20011, Ruth Banomyong and Nucharee Supatn	<i>Selecting logistics providers in Thailand: a shippers' perspective</i>	-Service Quality -Cost	Metode: <i>Regresion Analysis</i> . Hasil Penelitian: Kualitas Layanan mampu memprediksi denagn kuat Pilihan Penyedia Jasa Alihdaya logistik.
2	2010, Christian Busse and Carl Marcus Wallenburg	Innovation management of logistics service providers Foundations, review, and research agenda	-Satisfaction -Value attainment -Positive mood -Loyalty	Metode: <i>Moderated Regression Analysis</i> . Hasil Penelitian: Kepuasan dengan layanan mampu memprediksi loyalitas
3	2006, Sadiq Sohail, Rohit Bhatnagar dan Amrik S. Sohal	A comparative study on the use of third party logistics services by Singaporean and Malaysian firms.	-SERVQUAL - Cost	Metode: <i>Comprehensive comparative analysis</i> .

No	Tahun, Peneliti	Judul	Variabel	Metode dan Hasil
4	2001, Binsan Lin, James Collins dan Robert K. Su	<i>Supply chain costing: an-activity-based perspective.</i>	-Cost	Metode: <i>Activity based costing.</i> Hasil penelitian: Rekomendasi penggunaan metode ABC untuk menghitung detail biaya logistik.
5	2003, Leslie Leslie K. D. Robert J. Vokurka dan Rhonda R. Lummus	<i>A conceptual model of supply chain flexibility</i>	<i>Flexibility</i>	Metode: <i>Literature Review.</i> Hasil penelitian: Rekomendasi untuk perusahaan agar meningkatkan keluwesan dari tingkat operasional menjadi strategis.
6	2011, Christian Busse dan Carl Marcus Wallenburg	<i>Innovation management of logistics service providers Foundations, review, and research agenda</i>	<i>Innovation</i>	Metode: <i>Content analysis of extant literature.</i> Hasil penelitian: Detemukan bahwa integrasi atas pengetahuan inovasi manajemen TPL., sulit dilakukan, maka perlu dilakukan riset lanjutan yang spesifik pada Inovasi TPL.
7	2008, Chandandeep Singh Grewal, Kuldeep Kumar Sareen dan Sumit Gill	<i>A multicriteria logistics-outsourcing decision making using the analytic hierarchy process</i>	-Maximizing financial benefit -Flexible capacity, -More focus on core competence -Reduction in risk and liability -Wider coverage -Responsiveness	Metode: AHP. Hasil penelitian: Sebagian besar perusahaan memilih menggunakan jasa Alihdaya logistik dalam kegiatan distribusinya.

Sumber: Diolah sendiri

### C. Kerangka Berpikir dan Hipotesis

Persepsi atas Harga dalam Pilihan penyedia jasa Alihdaya logistik dapat disimpulkan sebagai: Sikap pengguna jasa Alihdaya logistik terhadap pentingnya komponen harga layanan logistik dalam mempertimbangan keputusan Pilihan dan setia terhadap TPL., dalam rangka memberikan nilai tambah pada proses rantai pasokannya. Meskipun beberapa penelitian sebelumnya menempatkan persepsi atas harga menjadi variabel yang tidak penting, namun variabel ini memberikan kontribusi yang cukup mampu memprediksi para manajer untuk mempertimbangkan Pilihan jasa Alihdaya logistik.

Hipotesis 1.: Persepsi atas Harga dapat memprediksi secara positif pengambilan keputusan Pilihan penyedia jasa Alihdaya Logistik

Kualitas layanan logistik dapat disimpulkan sebagai: Kemampuan perusahaan Alihdaya logistik dalam memberikan nilai tambah kepada pelanggan melalui sembilan dimensi Kualitas layanan Logistik. Dalam banyak penelitian, Kualitas layanan logistik merupakan variabel terpenting yang mampu memprediksi keputusan Pilihan penyedia jasa Alihdaya logistik.

Hipotesis 2.: Kualitas layanan dapat memprediksi secara positif pengambilan keputusan Pilihan penyedia jasa Alihdaya Logistik

Keluwesannya dapat disimpulkan sebagai: Kemampuan perusahaan Alihdaya logistik untuk selalu dapat berperan dengan efektif dalam berbagai keadaan dari waktu ke waktu dengan tetap memperhatikan biaya rendah dan kualitas layanan, juga kemampuan dalam hal pemanfaatan dan pengaturan sumber daya yang ada untuk memberikan nilai tambah bagi perusahaan dan pelanggan, khususnya dalam hal membantu pelanggan untuk menjadi lebih efisien dalam pengelolaan “*Zero-Stock, Just in Time*” dan lain-lain. Hal ini terbukti dalam beberapa penelitian sebelumnya.

Hipotesis 3.: Keluwesan dapat memprediksi secara positif pengambilan keputusan Pilihan penyedia jasa Alihdaya Logistik

Inovasi dalam Alihdaya logistik dapat disimpulkan sebagai: Kemampuan perusahaan Alihdaya logistik dalam melakukan perbaikan terus menerus secara proaktif dan berorientasi pada pengguna jasa Alihdaya logistik, variabel ini memberikan kontribusi cukup signifikan pada beberapa penelitian sebelumnya.

Hipotesis 4.: Inovasi dapat memprediksi secara positif pengambilan keputusan Pilihan penyedia jasa Alihdaya Logistik

Variabel persepsi atas harga menempati urutan penting bagi para manajer dalam menentukan hubungan jangka panjang, untuk mendapatkan benefit di bidang penekanan biaya, maka perusahaan harus bekerja-sama dengan penyedia jasa Alihdaya logistik untuk waktu yang lama. Mayoritas perusahaan



mempertimbangkan untuk tetap menggunakan jasa layanan Alihdaya logistik karena alasan biaya, sehingga dapat disimpulkan bahwa harga secara signifikan mampu memprediksi kesetiaan pelanggan pengguna jasa Alihdaya logistik.

Hipotesis 5.: Persepsi atas Harga dapat memprediksi secara positif kesetiaan pada penyedia jasa Alihdaya Logistik

Variabel kualitas layanan mampu memprediksi secara signifikan kesetiaan pelanggan *TPL.*, Perusahaan pengolahan makanan di Taiwan menghendaki perbaikan kualitas layanan dari *TPL.*, lokal, agar tidak tergusur oleh *TPL.*, internasional. Hal senada juga terjadi di China, dimana perlunya perbaikan pada *TPL.*, lokal yang layanannya terbatas dan berbiaya tinggi, agar tetap dapat *exist*, disarankan agar *TPL.*, lokal berusaha memberikan layanan yang lebih komprehensif dan luas, dan memperbaiki layanan kepada pelanggan dalam hal *Lead Time performance, reliability* dan *consistency*, jika perlu lakukan *strategic alliance* agar hal tersebut dapat tercapai.

Hipotesis 6.: Kualitas layanan dapat memprediksi secara positif kesetiaan pada penyedia jasa Alihdaya Logistik

Terdapat hubungan yang sangat signifikan (86%) antara tiga faktor: *cost reduction, reduction in capital investment, dan enhance operational flexibility*, ketiga faktor tersebut secara signifikan mampu memprediksi kepuasan yang pada akhirnya mampu memprediksi kesetiaan pelanggan pada layanan Alihdaya logistik.

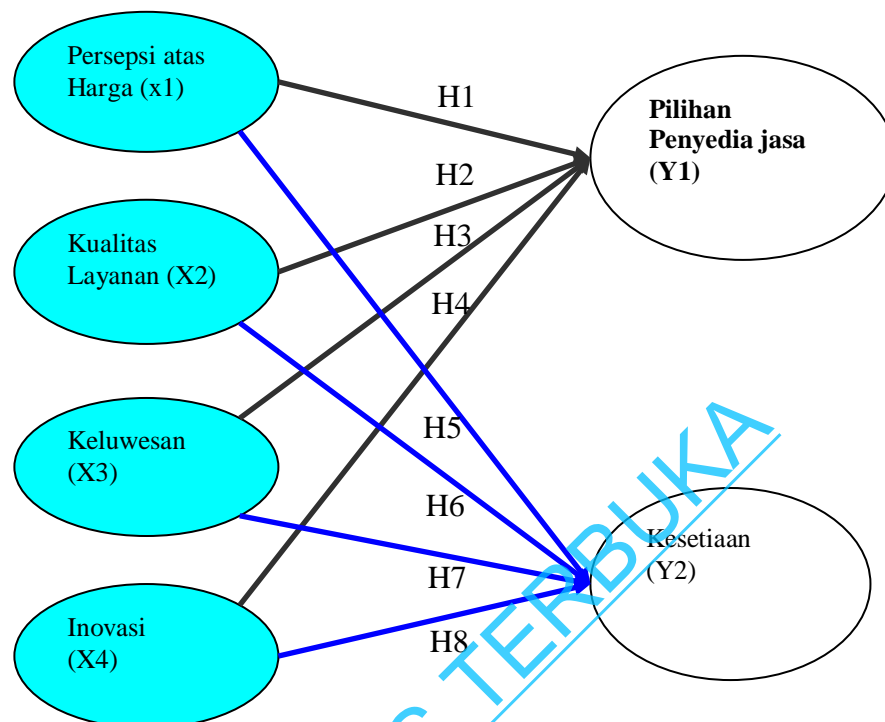
Keluwasan operasional yang merupakan bagian dari efisiensi logistik, bersama-sama dengan *affective trust* mampu memprediksi pengguna jasa Alihdaya logistik dalam memutuskan untuk berkolaborasi yang berarti setia berhubungan dengan *TPL*. kedua variabel tersebut merupakan syarat mutlak bagi manager untuk memutuskan membangun hubungan dan setia dengan *TPL*.

Hipotesis 7: Keluwesan dapat memprediksi secara positif kesetiaan pada penyedia jasa Alihdaya Logistik

Bahwa inovasi secara signifikan mampu memprediksi kesetiaan pelanggan pengguna jasa Alihdaya logistik, dijelaskan bahwa hubungan yang baik harus memungkinkan konflik antar organisasi untuk menjadi fungsional, yaitu konflik yang tidak mengurangi loyalitas melainkan mendorong kearah perbaikan dan inovasi.

Hipotesis 8: Inovasi dapat memprediksi secara positif kesetiaan pada penyedia jasa Alihdaya Logistik

Dari kedelapan hipotesis diatas dapat digambarkan kerangka berfikir hubungan antar variabel penelitian seperti bagan 2.1 berikut.:



**Bagan 2.1**  
**Kerangka Berfikir**

Selanjutnya masing-masing kaitan antarvariabel H1 sampai dengan H8 dijelaskan dalam persamaan regresi pada BAB III

Terdapat metode penelitian lainnya seperti pada beberapa penelitian sebelumnya misalnya, AHP (Analytical Hierarchy Process) yang cocok untuk penelitian yang melibatkan beberapa variabel yang bersifat konflik, namun dikarenakan penulis tidak familiar dan tidak tersedia softwrenya yaitu EC. (Expert Choice), maka diputuskan untuk menggunakan metode Regresi dengan software SPSS 17, 2010. yang mana pada metode regresi ini juga telah terdapat perangkat uji untuk menghindari hasil variabel konflik yaitu dengan uji asumsi klasik (Multikolinieritas).

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### A. Desain Penelitian

Desain penelitian mencakup penentuan subjek (populasi, sampel), pengembangan instrumen untuk memperoleh data empiris, pengolahan data, persiapan analisis, dan analisis data, Aritonang R.(2007: 82).

Desain penelitian dibedakan menjadi penelitian eksploratif dan non-konklusif menurut permasalahan dan tujuannya, (Aritonang R., 2007: 83). Penelitian konklusif dibedakan lagi menjadi penelitian deskriptif dan eksperimen. Desain penelitian non-konklusif, permasalahan telah dapat didefinisikan dan diidentifikasi secara jelas dan tujuan penelitian konklusif adalah untuk menguji kebenaran empiris dari suatu hipotesis, yakni kebenaran mengenai kaitan antar dua atau lebih variabel penelitian yang dirumuskan pada hipotesisnya. Perbedaan penelitian deskriptif dan eksperimen terletak pada ada tidaknya variabel independen yang dimanipulasi, penelitian deskriptif variabelnya bersifat *given*, sudah tertentu, sudah ada sebelum penelitian dilakukan, dan bukan data yang diciptakan melalui variabel perlakuan tertentu (Aritonang R., 2007: 84).

Penelitian deskriptif dibedakan menjadi penelitian *cross-sectional* dan *longitudinal*. Variabel pada penelitian *cross-sectional* diukur satu kali pada waktu yang (relatif) bersamaan. Adakalanya penelitian *cross-sectional* itu disebut juga sebagai survei sampel bila hanya sebagian dari subjek populasinya yang diteliti (Aritonang R., 2007: 85)

Karena pada penelitian ini permasalahan yang sudah dirumuskan dengan jelas dan tidak ada variabel yang dimanipulasi dan diukur satu kali pada waktu yang (relatif) bersamaan, maka desain yang digunakan adalah konklusif deskriptif *cross-sectional*.

## **B. Populasi dan Sampel**

Menurut Aritonang R. (2007: 94), dari mana data mengenai variabel penelitian diperoleh dinamakan subjek penelitian. Karakteristik subjek yang menjadi perhatian pada suatu penelitian dinamakan objek atau variabel penelitian.

Sehubungan dengan judul penelitian ini adalah Identifikasi Variabel-variabel yang mampu memprediksi Pilihan penyedia jasa Alihdaya Logistik, maka subjek penelitian adalah para pengguna jasa Alihdaya Logistik di wilayah Batam, Singapore, Malaysia dan sekitarnya, yang diperkirakan berjumlah 1,000 perusahaan dan objeknya adalah, harga, kualitas layanan, ke luwesan, inovasi, Pilihan penyedia jasa Alihdaya Logistik, dan kesetiaan kepada penyedia jasa Alihdaya Logistik.

Menurut Aritonang R. (2007: 95), keseluruhan unsur yang menjadi subjek penelitian dinamakan populasi atau *universe*, sedangkan bagian dari populasi itu dinamakan sampel.

Populasi penelitian ini adalah para pengguna jasa Alihdaya Logistik di wilayah Batam, Singapore, Malaysia dan sekitarnya yang sampai dengan saat penelitian ini masih menggunakan jasa tersebut pada proses rantai pasokannya.

Menurut Aritonang R. (2007: 97), Pilihan sampel dilakukan menggunakan metode (cara untuk mencapai tujuan) dan teknik (metode untuk mengerjakan) tertentu. Menurut Palte (1978; dalam Aritonang R., 2007: 97).

Kerangka penyampelan yang baik memiliki sifat-sifat:

- a. Mencakup seluruh unsur sampel,
- b. Tidak ada unsur yang dihitung dua kali,
- c. Harus *up to date*,
- d. Batas-batasnya jelas,
- e. Harus dapat dilacak di lapangan.

Menurut Aritonang R. (2007: 97), metode Pilihan sampel dibedakan menjadi metode acak (random) dan tidak acak. Pada metode acak, Pilihan unsur sampel dilakukan sedemikian rupa sehingga semua unsur yang terdapat pada populasi memiliki peluang yang sama untuk terpilih menjadi sampel. Metode Pilihan acak itu disebut juga sebagai metode probabilistik karena pelaksanaannya didasarkan pada asumsi mengenai adanya probabilitas (peluang, kemungkinan) yang sama dari tiap unsur populasi untuk terpilih menjadi sampel. Pilihan sampel yang ideal harus didasarkan antara lain, pertimbangan teknik analisis statistik yang akan digunakan, keabsahan uji signifikansi yang dilakukan. Alasan untuk membenarkannya dikemukakan Dunn maupun Remington dan Schork (dalam Daniel, 1978; dalam Aritonang R., 2007: 104) menyarankan agar kita meneliti sifat dasar populasi yang sampel-sampel sedemikiannya dapat dianggap acak.

Pada penelitian ini teknik Pilihan sampel dipakai metode tak acak bertujuan (*purposive*), (Aritonang R. 2007: 103)., Yaitu disebut sebagai teknik *judgmental* atau penilaian, yang unsur populasi sampelnya ditentukan berdasarkan tujuan

penelitian., Pada metode tak acak bertujuan, seyogyanya sample sumber data adalah para ahli atau orang yang memiliki pengetahuan yang baik akan objek penelitian. Maka dari itu sampel diambil dari subjek yang dianggap ahli atau mengerti dengan baik tentang Alihdaya Logistik, yaitu pejabat yang mengurus urusan logistik dari perusahaan - perusahaan di sekitar Batam, Bintan, Malaysia, Singapore dan sekitarnya, dari berbagai sektor industri dan berbagai ukuran besar bisnisnya.

Ada beberapa aspek kualitatif penting yang perlu dipertimbangkan untuk menentukan ukuran sampel Menurut Malhotra (1993 dalam Aritonang R., 2007: 105) yaitu: Satu, Pentingnya keputusan yang akan dibuat berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan. Makin penting keputusan yang akan dibuat, makin dibutuhkan ukuran sampel yang lebih besar., Dua, Sifat penelitian, untuk penelitian konklusif dibutuhkan ukuran sampel yang lebih besar bila dibandingkan dengan ukuran sampel pada penelitian eksploratif., Tiga, Makin banyak variabel penelitian, makin besar ukuran sampel yang dibutuhkan., Empat, Makin rumit teknik analisis yang akan digunakan, makin besar ukuran sampel yang diperlukan., Lima, Rata-rata ukuran sampel yang digunakan pada penelitian-penelitian yang sejenis., Enam, Tingkat kemungkinan terjadi bahwa subjek tidak dapat diperoleh datanya atau data yang diperoleh tidak memenuhi syarat. Dalam kasus itu, peneliti harus menambahkan sejumlah unsur tertentu pada sampelnya guna mengantisipasi bahwa tidak semua unsur sampel dapat diperoleh data atau data lengkap., Tujuh, Tingkat kelengkapan yang dibutuhkan., Delapan, Sumber data yang tersedia, seperti waktu, dana, dan tenaga lapangan. Makin terbatas sumber data yang tersedia, makin kecil ukuran sampel.



Untuk penelitian deskriptif, sampel 100 subjek tergolong mendasar (Fraenkel dan Wallen, 1993 dalam Aritonang R.,2007: 105). Pendapat lainnya dikemukakan Gay dan Diehl (1992 dalam Aritonang R.,2007: 105) bahwa penelitian deskriptif dibutuhkan sampel minimal 10 persen dari populasinya.

Hal lain yang perlu ditentukan mengenai subjek yang akan dijadikan sampel penelitian adalah banyaknya subjek sampel itu. Menurut Comrey (1973; dalam Tabachnick dan Fidell; dalam Aritonang R., 2007: 108), Pedoman ukuran sampel berikut dapat digunakan: 50 = *very poor*; 200 = *fair*; 300 = *good*; 500 = *very good*; 1000 = *excellent*.

Menurut Sugiyono (2009: 124-127) dalam Nomogram Harry King dan Tabel Isaac dan Michael digambarkan cara menentukan ukuran sampel sesuai tingkat kesalahan, jumlah sampel dan populasi. Untuk populasi 1000, dengan tingkat kesalahan 5% maka dapat diketahui sampel yang dibutuhkan adalah 258. Demikian juga Nomogram Harry King memberikan perhitungan yang sama. Dalam penelitian ini, akan diambil sampel minimal 300 dari total 1000 populasi.

### **C. Operasionalisasi dan Instrumen Penelitian**

Operasionalisasi atau definisi operasional dari variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### 1. Persepsi atas Harga

Persepsi atas Harga adalah: Sikap pengguna jasa Alihdaya Logistik terhadap pentingnya komponen harga layanan logistik dalam mempertimbangan keputusan Pilihan dan setia pada TPL., dalam rangka memberikan nilai tambah pada proses rantai pasokannya.. Variabel persepsi atas harga dalam penelitian ini diukur dengan mengadaptasi instrumen yang telah dikembangkan oleh Banomyong (2011). Ringkasannya terdapat pada Tabel 3.1.

### 2. Kualitas Layanan

Kualitas layanan Logistik adalah: Kemampuan TPL dalam memberikan nilai tambah kepada pelanggan melalui sembilan dimensi Kualitas Layanan Logistik, Terdapat lima dimensi kualitas layanan yaitu: a. *Tangibles*, b. *Reliability*, c. *Responsiveness*, d. *Assurance*, dan e. *Empathy*,

Variabel kualitas layanan dalam penelitian ini diukur dengan mengadaptasi instrumen yang telah dikembangkan oleh Banomyong (2011). Instrumen itu mencakup lima dimensi. Ringkasannya terdapat pada Tabel 3.2.

### 3. Keluwesan

Keluwesannya adalah kemampuan perusahaan Alihdaya Logistik untuk selalu dapat berperan dengan efektif dalam berbagai keadaan dari waktu ke waktu dengan tetap memperhatikan biaya rendah dan kualitas layanan, juga kemampuan dalam hal pemanfaatan dan pengaturan sumber daya yang ada untuk memberikan nilai tambah bagi perusahaan dan pelanggan, khususnya dalam hal membantu pelanggan

untuk menjadi lebih efisien dalam pengelolaan “*Zero-Stock, Just in Time* dan lain-lain.

Variabel ke luwesan dalam penelitian ini diukur dengan mengadaptasi instrumen yang telah dikembangkan oleh Leslie *et al.*, (2003: 452). Ringkasannya terdapat pada Tabel 3.3.

#### **4. Inovasi**

Inovasi adalah: Kemampuan perusahaan Alihdaya Logistik dalam melakukan perbaikan terus menerus secara proaktif dan berorientasi pada pengguna jasa Alihdaya Logistik,

Variabel inovasi dalam penelitian ini diukur dengan mengadaptasi instrumen yang telah dikembangkan oleh Christian *et al.*, (2011: 201). Ringkasannya terdapat pada Tabel 3.4

#### **5. Pilihan Penyedia Jasa**

Pilihan Penyedia Jasa Alihdaya Logistik adalah: keputusan dalam pemilihan penyedia jasa Alihdaya Logistik yang dilakukan oleh pengguna jasa Alihdaya Logistik dengan mempertimbangkan enam *sub-objectives decision making* yaitu: *maximizing financial benefits, flexible capacity, more focus in core competency, reduction in risk and liability, wider coverage* dan *Responsiveness* yang telah dikembangkan oleh Chandandeep *et al.*

Variabel Pilihan Penyedia Jasa Alihdaya Logistik dalam penelitian ini mengadaptasi instrumen yang telah dikembangkan Chandandeep *et al.*, (2008: 6) Ringkasannya terdapat pada Tabel 3.5

## 6. Kesetiaan

Kesetiaan yang sebenarnya mencakup perilaku dan sikap. Secara bertahap dapat dijelaskan: Satu, Kesetiaan dapat mengacu pada perilaku maupun komponen kesikapannya., Dua, Secara teoritis, ada empat variasi kesetiaan sesuai dengan tahap pembentukannya., Tiga, Kesetiaan terhadap suatu produk yang hanya digunakan satu kali mungkin juga terjadi, seperti kesetiaan mahasiswa terhadap jasa suatu perguruan tinggi. Indikator dari loyalitas pelanggan adalah *Repeat Purchase* (kesetiaan terhadap pembelian produk); *Retention* (Ketahanan terhadap pengaruh yang negatif mengenai perusahaan); *Referalls* (merefereasikan secara totalistensi perusahaan). Ciri-ciri Pelanggan yang Loyal: Satu, *Makes regular repeat purchase* (melakukan pembelian ulang secara teratur) Dua, *Purchases across product and service lines* (melakukan pembelian produk yang lainnya dari perusahaan Anda) Tiga, *Refers others*; (memberikan referensi pada orang lain) dan Empat, *Demonstrates in immunity to the pull of the competition* (menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing/ tidak mudah terpengaruh oleh bujukan pesaing).

Variabel kesetiaan kepada penyedia jasa Alihdaya logistik dalam penelitian ini diukur dengan mengadaptasi instrumen yang telah dikembangkan oleh Jari Juga . (2010: 501) dan David. (2010: 269). Ringkasannya terdapat pada Tabel 3.6.

**Tabel 3.1**  
**Kisi-kisi Instrumen Variabel Persepsi atas Harga (X1)**

Variabel	Indikator-indikator (butir pernyataan)	Skala Pengukuran
Harga (X1). Sumber: <i>Factor affecting decision making process of Logistic service selection criteria</i> dari Banomyong <i>et al.</i> , (2011: 428).	a. Harganya yang wajar (1) b. Pembayaran mudah (2) c. Jangka waktu pembayaran yang luwes (3) d. Potongan harga karena pembayaran di muka, dipercepat dll (4)	Summated Rated Scale-Likert (Interval)

**Tabel 3.2**  
**Kisi-kisi Instrumen Variabel Kualitas Layanan Alihdaya logistik atau LOGISTIC SERVQUAL (X2)**

Variabel	Dimensi	Indikator-indikator (butir pernyataan)	Skala Pengukuran
Kualitas Layanan (X2). Sumber: LOGISTIC SERVQUAL dari Banomyong <i>et al.</i> , (2011: 426).	1. <i>Tangibles</i> (penampilan fasilitas fisik, peralatan, pegawai dan alat komunikasi)	a. Lokasi yang strategis TPL. (5) b. Fasilitas TPL. Tergolong modern (6) c. Fasilitas EDI dan <i>E-Commerce</i> TPL. cepat (7) d. Memiliki gudang CFS (Container-Freight Station) atau Container Terminal (8)	Summated Rated Scale-Likert (Interval)
	2. <i>Reliability</i> (Kemampuan untuk melakukan layanan yang dapat dipercaya dan akurat)	a. Dokumentasi TPL. akurat (9) b. Waktu transit singkat (10) c. Layanan TPL. konsisten (11)	
	3. <i>Responsiveness</i> (Kesediaan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan yang cepat)	a. Cepat tanggap atas permintaan pelanggan (12) b. Memiliki jaringan internasional dan dapat melayani kiriman ke berbagai negara. (13) c. Jasa untuk konsolidasi (14) e. Jasa pengiriman ekspres (15) f. Staf yang sigap dan dapat bekerjasama (16)	

Varia bel	Dimensi	Indikator-indikator (butir pernyataan)	Skal a Peng ukur an
Kualit as Layan an (X2). Sumb er: LOGI STIC SERV QUA L dari Bano myon g et al., (2011: 426).	4. <i>Assurance</i> (Kemampuan untuk menunjukkan reputasi yang baik dan karyawan yang mampu mempersembahkan layanan bermutu)	a. TPL bereputasi (17) b. Mampu menelusuri kiriman (18) c. Stafnya ahli, terampil (19) d. Standar layanan tinggi (20) e. Proses <i>in-transit</i> (pengangkutan) tergolong baik (21)	Sum mate d Rated Scale - Liker t (Inter val)
	5. <i>Empathy</i> (Memelihara hubung baik, menjaga kerahasiaan pelangan)	a. Memelihara manajemen hubungan dengan pelanggan (Customer Relationship Management), (22) b. Mengetahui kebutuhan dan keinginan pelanggan (23) c. Menjaga dengan baik kerahasiaan data pelanggan (24)	

**Tabel 3.3**  
**Kisi-kisi Instrumen Variabel Keluwesan (X3)**

Variabel	Indikator-indikator	Skala Penguku ran
Keluwesa (X3). Sumber: Leslie (2003: 452)	a. Cepat melayani berbagai permintaan layanan (25) b. Mampu menangani berbagai macam produk (26) c. Pengepakan sesuai permintaan (27) d. Mampu memodifikasi produk sesuai keinginan pelanggan (28)	Summate d Rated Scale- Likert (Interval)

**Tabel 3.4**  
**Kisi-kisi Instrumen Variabel Inovasi (X4)**

<b>Variabel</b>	<b>Indikator-indikator (butir pernyataan)</b>	<b>Skala Pengukuran</b>
Inovasi (X4). Sumber: Busse <i>et al.</i> , (2010: 200-201)	a. Memiliki rencana perbaikan (29) b. Peningkatan skill (keahlian) staf secara reguler (30) c. Survei kepuasan pelanggan secara rutin (31) d. Secara rutin menganalisis pembelian yang dilakukan pelanggan. (32)	Summated Rated Scale-Likert (Interval)

**Tabel 3.5**  
**Kisi-kisi Instrumen Variabel Pilihan Penyedia Jasa Alihdaya logistik (Y1)**

<b>Variabel</b>	<b>Indikator-indikator (butir pernyataan)</b>	<b>Skala Pengukuran</b>
Pilihan Penyedia Jasa Alihdaya logistik (Y1). Sumber: Chandandeep <i>et al.</i> , (2008: 6)	a. Memaksimalkan keuntungan finansial bagi perusahaan (33) b. Menjaga keluwesan kapasitas perusahaan dalam mengakomodir keterbatasan fasilitas <i>in-house</i> (34) c. Fokus pada kompetensi utama perusahaan (35) d. Pengurangan resiko dan kewajiban perusahaan karena ongkos angkut yang tidak bisa diprediksi (36)  e. Menggunakan fasilitas TPL untuk memperluas jangkauan layanan perusahaan. (37)  f. Menggunakan fasilitas TPL agar perusahaan sigap menyelesaikan keluhan pelanggan (38)	Summated Rated Scale-Likert (Interval)



**Tabel 3.6**  
**Kisi-kisi Instrumen Variabel Kesetiaan (Y2)**

<b>Variabel</b>	<b>Indikator-indikator (butir pernyataan)</b>	<b>Skala Pengukuran</b>
Kesetiaan (Y2). Sumber: Jari Juga. (2010: 501)	a. Kemungkinan besar kami akan memperpanjang kontrak logistik dengan TPL yang sekarang (39) b. Kemungkinan besar kami akan memperluas kerjasama logistik dengan TPL yang sekarang (40) c. Kami akan merekomendasikan penggunaan jasa logistik dari TPL yang sekarang kepada pihak lain (41)	Summated Rated Scale-Likert (Interval)
Kesetiaan (Y2). Sumber: Cahil. (2010: 269)	a. Jika ada layanan logistik lain yang diperlukan, maka kami cenderung untuk memprioritaskan TPL yang sekarang untuk mengajukan penawaran. (42) b. Dalam lingkungan perusahaan, kami telah memberikan predikat <i>preferred</i> pada TPL yang sekarang untuk proyek yang akan datang (43)	Summated Rated Scale-Likert (Interval)

Data dikumpulkan dengan menggunakan daftar pertanyaan yang dikemas dalam dua bagian. Bagian pertama tentang karakteristik responden dan bagian kedua tentang persepsi responden tentang variabel yang diteliti. Pertanyaan disajikan dalam bentuk pertanyaan yang dirancang sesuai dengan indikator pada setiap dimensi variabel dan jawaban responden disusun dengan pilihan skala 10 (sepuluh) berdasarkan skala Likert.

Dari 43 pernyataan pada kuesioner yang disediakan, semua adalah pernyataan favorabel (positif, mendukung)

Ada dua alternatif tentang alternatif tanggapan yang sering digunakan dalam praktik, yaitu tujuh dan sepuluh. Walaupun tidak ada pedoman yang mutlak untuk

menetapkan rentang alternatif tanggapan itu, tetapi skala Likert dengan sepuluh alternatif tanggapan adalah lebih baik berdasarkan dua alasan berikut (Allen dan Rao, 2000 dan Aritonang R., 2007: 190). *Pertama*, secara umum lebih mudah untuk menetapkan kovariansi antar dua variabel dengan penyebaran yang lebih besar dari rata-ratanya. Jadi, dari perspektif pengembangan model, skala sepuluh nilai lebih baik. *Kedua*, dari hasil penelitian secara empiris atas beberapa tipe skala yang dilakukan oleh Witting dan Bayar (Allen dan Rao, 2000 dan Aritonang R., 2007: 190) diketahui bahwa skala sepuluh nilai untuk variabel dependen lebih disukai dalam konteks penelitian akademik maupun industri. Berdasarkan pengalaman (Aritonang R., 2007:190), penggunaan skala sepuluh nilai lebih mungkin untuk menghasilkan skala Likert yang valid dan reliabel jika dibandingkan dengan skala nilai yang lebih sempit, misalnya skala lima nilai.

Cara menentukan skor untuk tiap variabel. Skor yang dimiliki subjek pada skala ini dapat diinterpretasikan secara absolut. Artinya, kita tidak perlu memiliki patokan, (norma) untuk memberikan arti atau klasifikasi atas sikap dari satu atau lebih subjek. Bila skor subjek berada ditengah kontinum ( yaitu 5 dan 6 ), maka subjek dinyatakan memiliki sikap netral. Bila skor subjek berada di ujung kiri kontinum (yaitu 1), maka subjek dinyatakan memiliki sikap yang tidak favorabel. Bila skor subjek berada di ujung kanan kontinum ( 10), maka subjek dinyatakan memiliki sikap yang favorabel. Bila skor subjek berada di antara ujung kiri dan tengah kontinum, maka subjek dinyatakan memiliki sikap yang tidak favorabel. Bila skor subjek berada di antara ujung kanan dan tengah kontinum, maka subjek dinyatakan memiliki sikap yang favorabel.

Alternatif tanggapan yang tersedia pada skala Likert sepuluh nilai yaitu: Sangat Tidak Setuju (STS) dengan skala nilai 1 sampai Sangat Setuju (SS) dengan skala nilai 10 untuk semua variabel.

Jadi, bila subjek memberikan tanggapan 'sangat setuju atas pernyataan, maka skornya adalah 10. Sebaliknya, bila ia memberikan tanggapan berupa 'sangat tidak setuju atas pernyataan, maka skornya adalah 1.

#### **D. Prosedur Pengambilan Data**

Prosedur yang digunakan pada penelitian ini adalah prosedur penyebaran kuesioner selama tiga minggu melalui e-mail. Dari 1,000 buah kuesioner yang dikirimkan ke alamat e-mail dan mail-list, kuesioner kembali sebanyak 312 buah.

#### **E. Pengujian Instrumen**

Pengertian Validitas suatu instrumen adalah: Kemampuan instrumen itu untuk mengukur atau mengungkapkan karakteristik dari variabel yang dimaksudkan untuk diukur, menurut Aritonang, R. (2007: 123). Asosiasi Psikologi Amerika (APA) (1974; dalam Aritonang R., 2007: 124-127) membedakan tiga tipe validitas, yaitu: Satu, Validitas isi, suatu instrumen yang berkaitan dengan kesesuaian antara karakteristik dan variabel yang diukur pada definisi konseptual dan operasionalnya. Apabila semua karakteristik variabel yang diukur pada definisi konseptualnya dapat diungkap melalui butir-butir suatu instrumen, maka instrumen itu dinyatakan memiliki validitas isi yang baik., Dua, Validitas yang dikaitkan dengan kriteria, validitas ini dianalisis dengan menggunakan instrumen

lain sebagai patokan atau kriterianya. dan Tiga, Validitas konstruk. Ketiga tipe validitas tersebut dapat diuji dengan dan atau tanpa menggunakan instrumen lain yang telah teruji validitas maupun reliabilitasnya.

### 1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut, menurut Ghozali (2006: 49). Menyebarkan instrumen yang akan diuji validitasnya kepada responden yang bukan responden sesungguhnya. Banyaknya responden untuk uji coba instrumen belum ada ketentuan yang mensyaratkan, namun disarankan sekitar 20-30 orang responden, menurut Muhandin dan Abdurahman (2007: 31).

Validitas instrumen penelitian ini dianalisis dengan koefisien butir-total yang dikoreksi. Menurut Cronbach (1990 dalam Aritonang R., 2007: 127), koefisien validitas prediktif ( $r$ ) suatu instrumen sebesar  $-0.75$  tergolong sangat memprihatinkan,  $-0.05$  tergolong jelek,  $0.45$  tergolong moderat, dan  $0.60$  tergolong baik. Cronbach juga mengemukakan bahwa adalah tidak bijaksana menemukan koefisien validitas yang lebih besar daripada  $0.6$  karena situasi sosial berubah terus dan karena orang berubah sehingga prediksi yang sempurna menjadi suatu kepalsuan yang ideal. Ukuran koefisien validitas yang ideal adalah yang terbaik yang dapat kita peroleh. Prediksi dengan validitas sebesar  $0.2$  kadang-kadang memiliki kontribusi praktis yang bernilai, khususnya pada tahap awal suatu penelitian.

## 2. Uji reliabilitas

Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang dapat memberikan hasil pengukuran yang (relatif) sama bila instrumen itu digunakan untuk mengukur variabel yang sama pada dua atau lebih waktu yang berbeda dalam keadaan yang kurang lebih sama, menurut Aritonang R. (2007: 136). Reliabilitas instrumen dapat dianalisis dengan menggunakan teknik Alpha Cronbach (1951 dalam Aritonang, 2007: 137). Besaran koefisien alfa yang diperoleh sama dengan besaran koefisien korelasi, yaitu bergerak dari -1 sampai dengan +1. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha > 0,60 (Nunnally, 1960 dalam Ghozali, 2006: 46).

## F. Metode Analisis Data

### 1. Analisis Regresi Ganda

Analisis regresi (anareg) digunakan untuk memprediksi nilai dari suatu variabel (Y) berdasarkan nilai dari variabel lainnya (X). Variabel yang diprediksi itu disebut variabel dependen atau kriterium, dan variabel yang digunakan untuk memprediksi disebut variabel independen atau prediktor. Persamaan yang digunakan untuk tujuan prediksi itu adalah sebagai berikut (Aritonang R., 2007: 75).

$$Y_1 = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4$$

$$Y_2 = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4$$

Dimana :

- Y1 = Pilihan penyedia jasa  
 Y2 = Kesetiaan kepada penyedia jasa  
 a = Konstanta  
 X<sub>1</sub> = Variabel harga  
 X<sub>2</sub> = Variabel kualitas layanan  
 X<sub>3</sub> = Variabel keluwesan  
 X<sub>4</sub> = Variabel inovasi  
 b<sub>i</sub> = Koefisien regresi

Ketentuan untuk menolak atau tidak menolak hipotesis nol adalah bila p (probabilitas) lebih besar daripada 5% (atau .05), maka analisisnya menunjukkan hasil yang tidak signifikan. Dengan pernyataan lain, H<sub>0</sub> tidak dapat ditolak. Bila p lebih kecil atau sama dengan 5%, maka analisisnya menunjukkan hasil yang signifikan. Dengan pernyataan lain, H<sub>0</sub> ditolak. Bila p lebih kecil atau sama dengan 1%, maka analisisnya menunjukkan hasil yang sangat signifikan. Dengan pernyataan lain, H<sub>0</sub> ditolak (Aritonang R., 2007: 233).

Menurut Aritonang R. (2007: 72-75), sebelum sebuah variabel (misalnya X untuk memprediksi Y) dijadikan variabel independen pada regresi, kita perlu menganalisis korelasi antara X dan Y itu. Koefisien korelasinya dihitung dengan rumus sebagai berikut.

$$r_{xy} = \frac{JP_{xy}}{\sqrt{[(JK_x)(JK_y)']}}$$

$$\text{dengan } JK_x = \sum X^2 - (\sum X)^2/n$$

$$JK_y = \sum Y^2 - (\sum Y)^2/n$$

$$JP_{xy} = \sum XY - (\sum X)(\sum Y)/n$$

Uji signifikansi atas koefisien koefisien relasi itu, selanjutnya, dilakukan dengan membandingkan  $t$  yang diperoleh dan  $t$  teoritisnya. Nilai  $t$  yang diperoleh dihitung dengan rumus berikut.

$$t_0 = r \sqrt{\frac{(n-2)}{(1-r^2)}}$$

Derajat kebebasan ( $dk$ ) untuk statistik teoritisnya adalah  $n - 2$ . Dengan taraf signifikansi sebesar 5%.

Koefisien regresi dihitung dengan:  $b = JP_{xy}/JK_x$

Intersepnya dihitung:  $a = My - b(Mx)$ .

Adakalanya  $X$  maupun  $Y$  diubah menjadi skor standar ( $Z$ ) sebelum anareg dilakukan (untuk meniadakan perbedaan satuan). Koefisien regresi yang diperoleh dari persamaan regresi setelah  $X$  dan  $Y$  distandarkan disebut beta. Walaupun  $X$  dan  $Y$  telah diubah menjadi skor standar, tetapi rumus untuk menghitung intersep maupun koefisien regresinya sama dengan rumus diatas. Namun demikian, nilai intersep yang dihasilkan akan menjadi selalu sama dengan nol. Dengan demikian, bila  $X$  maupun  $Y$  diubah lebih dulu menjadi skor standar, maka persamaan regresinya akan menjadi  $Z_y = \beta Z_x$ , dengan nilai beta ( $\beta$ ) adalah koefisien korelasi antara  $X$  dan  $Y$ .

Uji signifikansi atas persamaan regresi yang diperoleh dilakukan dengan Anova (uji-F) dan uji-t. Anova dilakukan untuk menguji signifikansi persamaan regresinya, sedangkan uji-t dilakukan untuk menguji signifikansi intersep dan koefisien regresinya. Untuk anareg sederhana, tujuan dan hasil Anova dan uji-t terhadap koefisien regresi maupun koefisien korelasinya adalah sama.



Jika semua hasil pengujian, keputusan mengenai signifikansi intercept maupun koefisien regresinya adalah konsisten, sama-sama signifikan. Maka, persamaan regresi yang dihasilkan dapat digunakan untuk memprediksi.

Dalam keadaan tertentu jika kesimpulan uji signifikansi terhadap koefisien regresi dan intercept suatu persamaan regresi mungkin tidak konsisten, maka kita harus mengutamakan hasil uji signifikansi terhadap koefisien regresinya. Jadi, jika interceptnya tidak signifikan, tetapi koefisien regresinya signifikan, maka persamaan regresinya masih dapat digunakan untuk memprediksi. Jika interceptnya signifikan, tetapi koefisien regresinya tidak signifikan, maka persamaan regresinya tidak dapat digunakan untuk memprediksi. Dasar pemikirannya adalah bahwa yang menunjukkan arah prediksi pada analisis regresi adalah koefisien regresinya, bukan interceptnya.

Analisis regresi linear ganda dilakukan berdasarkan asumsi sebagai berikut:

- a. Antara X dan Y memiliki kaitan (hubungan) yang linear.
- b. Variansi galatnya bersifat konstan atau homoskedastisitas,
- c. Galatnya bersifat independen, yaitu tidak ada korelasi,
- d. Galatnya terdistribusi secara normal, lihat hal. 59
- e. Tiap X memiliki korelasi yang tinggi dengan Y
- f. Antar X tidak memiliki korelasi yang tinggi (signifikan) atau disebut tidak terdapat multikolinearitas.

## 2. Asumsi Analisis Regresi Ganda

### a. Normalitas data

Syarat data yang layak untuk diuji adalah data atau residual tersebut harus terdistribusi secara normal. Prinsip-prinsip estimasi berdasarkan distribusi normal diyakini para ahli dan sering digunakan dalam praktek maupun teori. (Aritonang R., 2007: 37-41). Karena akan menggunakan statistik parametris, maka setiap data pada setiap variabel harus terlebih dahulu diuji normalitasnya. (Sugiyono, 2009: 239). Uji ini digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel independen, variabel dependen, ataupun keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah berdistribusi normal atau mendekati normal. Uji normalitas data dilakukan dengan histogram dan PP-Plot.

### b. Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas muncul apabila di antara variabel-variabel bebas memiliki hubungan yang sangat kuat, dengan kata lain, di antara variabel-variabel bebas berkorelasi sempurna atau mendekati sempurna. Untuk mendeteksi ada atau tidak ada multikolinieritas dapat dilakukan dengan cara melihat nilai Variance Inflation Factor (VIF) antara variabel-variabel bebas. Selanjutnya hasil perhitungan dibandingkan, apabila nilai Variance Inflation Factor (VIF) masing-masing variabel bebas lebih besar 10 maka terdapat derajat multikolinieritas yang tinggi (Sumodiningrat, 1999:286)

### c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas berarti variasi residual tidak sama untuk semua pengamatan. Misalnya heteroskedastisitas akan muncul dalam bentuk residual yang semakin besar jika pengamatannya semakin besar. Jadi heteroskedastisitas bertentangan dengan asumsi dasar regresi linier yaitu variabel residualnya harus sama untuk semua pengamatan. Pengujian heteroskedastisitas menggunakan *Spearman Rank Correlation* dengan cara menyusun koefisien korelasi antara variabel bebas dengan absolut residual pada taraf  $\alpha = 0,05$ . Jika masing-masing variabel bebas tidak berkorelasi secara signifikan dengan absolut residual, maka dalam model regresi tidak menjadi gejala heteroskedastisitas.

Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel dependen dengan residualnya. Artinya, deteksi adanya heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatter plot*, dimana sumbu X adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu Y adalah residual ( $Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$ ) yang telah di-studentized. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas. Namun jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Santoso, 2003).

## BAB IV

### TEMUAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Deskripsi Subyek

##### 1. Tingkat Respon Responden

Populasi dari penelitian ini adalah para pengguna jasa Alihdaya logistik yang berlokasi di Batam, Bintan dan sekitarnya, Singapore dan Malaysia, yang sampai saat ini masih menggunakan jasa Alihdaya dimaksud, total populasi diperkirakan mencapai 1,000 responden. Dalam penelitian ini peneliti menyebarkan 1000 kuesioner melalui e-mail dan melalui mailist ekspor-impor dan sebanyak 312 kuesioner kembali. Kuesioner yang disebar adalah kuesioner hasil revisi setelah dilakukan uji validitas dan reliabilitas instrumen.

##### 2. Profil Responden

Profil responden dalam penelitian ini digambarkan berdasarkan nama responden, nama perusahaan, usia, jenis kelamin, jabatan, sektor industri, jumlah karyawan dan lokasi perusahaan. Pada tabel 4.1 dapat dilihat bahwa mayoritas responden adalah laki-laki yaitu 291 responden atau 90,1%. Tabel 4.2 dapat dilihat bahwa mayoritas usia responden adalah 35-44 tahun yaitu 178 responden atau 57,1%. Tabel 4.3 Posisi atau jabatan responden yang paling banyak adalah Supervisor yaitu 176 responden atau 56,4%. Tabel 4.4 Sektor Industri yang paling banyak adalah *Telecommunication Industry* yaitu 78 responden atau 25%. Tabel 4.5 Jumlah Tenaga kerja paling banyak adalah 101 – 500 orang yaitu 92 responden

atau 29,5% dan Tabel 4.6 Lokasi responden yang paling banyak adalah Batam/Bintan yaitu 148 responden atau 47,4%.

Berdasarkan Tabel 4.1, menunjukkan bahwa persentase jumlah responden dalam penelitian ini lebih didominasi oleh responden dengan jenis kelamin laki-laki sebesar 90,1%, sedangkan responden dengan jenis kelamin perempuan sebesar 9,9%.

**Tabel 4.1**  
**Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Perempuan	31	9.9	9.9	9.9
Laki-laki	281	90.1	90.1	100.0
Total	312	100.0	100.0	

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 17, 2010

Berdasarkan Tabel 4.2, menunjukkan bahwa usia responden antara 25 – 54 tahun. Persentase jumlah responden dalam penelitian ini lebih didominasi oleh responden yang berusia 35-44 tahun sebesar 57,1 %, kemudian usia 25-34 tahun sebesar 33,0%, dan usia 45-54 tahun sebesar 9,9%.

**Tabel 4.2**  
**Distribusi Responden Berdasarkan Usia**

Usia	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
25 - 34th	103	33.0	33.0	33.0

Usia	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
35 - 44th	178	57.1	57.1	90.1
45 - 54th	31	9.9	9.9	100.0
Total	312	100.0	100.0	

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 17, 2010

Berdasarkan Tabel 4.3, menunjukkan bahwa persentase jumlah responden dalam penelitian ini lebih didominasi oleh responden dengan jabatan Supervisor sebesar 56,4%, disusul dengan jabatan Manager 21,8%, jabatan Staff 7,7%, jabatan Ass. Manager 6,4%, jabatan General Manager 5,4%, sedangkan jabatan Lain-lain 2,2%.

**Tabel 4.3**  
**Distribusi Responden Berdasarkan Jabatan**

Jabatan	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Staff	24	7.7	7.7	7.7
Supervisor	176	56.4	56.4	64.1
Ass. Manager	20	6.4	6.4	70.5
Manager	68	21.8	21.8	92.3
General manager	17	5.4	5.4	97.8
Lain-lain	7	2.2	2.2	100.0
Total	312	100.0	100.0	

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 17, 2010



Berdasarkan Tabel 4.4, menunjukkan bahwa persentase jumlah responden dalam penelitian ini lebih didominasi oleh responden dari sektor *Telecommunication Industry* sebesar 25%, disusul oleh sektor *Distribution* 18,3%, sektor *Engineering Industry* 14,4%, sektor *Docking Industry* 10,3%, sektor *Consumer goods Industry* 9,9%, sektor *Plastic Industry* 8%, sektor Lain-lain 7,4%, dan sektor *Chemical Industry* 6,7%

**Tabel 4.4**  
**Distribusi Responden Berdasarkan Sektor Industri**

Sektor Industri	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Chemical Industry	21	6.7	6.7	6.7
Distribution	57	18.3	18.3	25.0
Telecommunication Industry	78	25.0	25.0	50.0
Consumer goods Industry	31	9.9	9.9	59.9
Plastic Industry	25	8.0	8.0	67.9
Engineering Industry	45	14.4	14.4	82.4
Docking Industry	32	10.3	10.3	92.6
Lain-lain	23	7.4	7.4	100.0
Total	312	100.0	100.0	

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 17, 2010

Berdasarkan Tabel 4.5, menunjukkan bahwa persentase jumlah responden dalam penelitian ini lebih didominasi oleh responden dengan jumlah tenaga kerja 101-500 sebesar 29,5%, jumlah tenaga kerja 1001-1500 sebesar 27,9%, jumlah



tenaga kerja 501-1000 sebesar 20,5%, jumlah tenaga kerja lebih dari 1500 16%, sedangkan jumlah tenaga kerja 25-100 sebesar 6,1%.

**Tabel 4.5**  
**Distribusi Responden Berdasarkan Jumlah Tenaga Kerja**

Jumlah Tenaga Kerja	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 25 - 100	19	6.1	6.1	6.1
101 - 500	92	29.5	29.5	35.6
501 - 1000	64	20.5	20.5	56.1
1001 - 1500	87	27.9	27.9	84.0
Lebih dari 1500	50	16.0	16.0	100.0
Total	312	100.0	100.0	

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 17, 2010

Berdasarkan Tabel 4.6 menunjukkan bahwa persentase jumlah responden dalam penelitian ini lebih didominasi oleh responden yang berlokasi di Batam/Bintan sebesar 47,8%, disusul oleh responden yang berlokasi di Singapore sebesar 26,6%, responden yang berlokasi di Malaysia 18,3% sedangkan responden yang berlokasi di Lain-lain sebesar 7,7%.

**Tabel 4.6**  
**Distribusi Responden Berdasarkan Lokasi Perusahaan**

Lokasi Perusahaan	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Batam/Bintan	148	47.4	47.4	47.4
Malaysia	57	18.3	18.3	65.7

Lokasi Perusahaan	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Singapore	83	26.6	26.6	92.3
Lain-lain	24	7.7	7.7	100.0
Total	312	100.0	100.0	

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 17, 2010

## B. Deskripsi Variabel

Pada bagian ini akan dideskripsikan hasil perolehan kuesioner setiap variabelnya. Hasil penelitian pun dideskripsikan pada setiap dimensinya.

### 1. Variabel Persepsi atas Harga

Dari data yang diperoleh untuk Persepsi atas Harga (X1) dapat dilihat dari Tabel 4.7 berikut ini.

**Tabel 4.7**  
**Deskripsi Variabel Persepsi atas Harga (X1)**

NO	PERNYATAAN PERSEPSI ATAS HARGA	SKOR JAWABAN DALAM %										MEAN
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	Harganya yang wajar	0	0	0	0	1.3	11.9	17.9	18.6	18.9	30.4	8.35
2	Pembayaran mudah	0	0	0.3	1.3	5.1	18.6	16.0	21.8	17.3	19.6	7.81
3	Jangka waktu pembayaran yang luwes	0	0	1.9	4.2	12.2	17.3	19.6	17.6	13.1	14.1	7.24
4	Potongan harga karena pembayaran di muka, dipercepat dll	0	1.6	8.3	11.5	17.0	17.9	13.5	15.1	5.4	9.6	6.26
Rata-rata total skor											7.42	

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 17, 2010

Dari tabel 4.7 tentang Deskripsi Variabel Persepsi atas Harga bahwa rata-rata skor total 7.42 terdiri dari 4 pernyataan dengan rincian sebagai berikut: Pernyataan 1, skor yang paling banyak adalah skor 10 (30.4%) dengan mean 8.35. Pernyataan 2, skor yang paling banyak adalah skor 8 (21.8%) dengan mean 7.81. Pernyataan 3, skor yang paling banyak adalah 7 (19.6%) dengan mean 7.24. Pernyataan 4, skor yang paling banyak adalah 6 (17.9%) dengan mean 6.26.

Kesimpulan yang didapat dari Variabel Persepsi atas Harga adalah skor yang paling banyak adalah 6, 7, 8 dan 10 dengan rata-rata skor 7.42.

## 2. Variabel Kualitas Layanan

Dari data yang diperoleh untuk Variabel Kualitas Layanan (X2) dapat dilihat dari Tabel 4.8 berikut ini.

**Tabel 4.8**  
**Deskripsi Variabel Kualitas Layanan (X2)**

NO	PERNYATAAN KUALITAS LAYANAN	SKOR JAWABAN DALAM %										MEAN
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
	<i>Tangibles</i>											
5	Lokasi yang strategis TPL.	0	0	0	0.3	4.2	10.6	9.6	26.0	16.7	32.7	8.37
6	Fasilitas TPL. Tergolong modern	0	0	0.3	1.9	6.4	10.6	19.2	14.4	19.6	27.6	8.05
7	Fasilitas EDI dan E-Commerce TPL. cepat	0	0	0	4.5	8.7	12.2	9.0	21.5	24.7	19.6	7.86
8	Memiliki gudang CFS	0	0	2.9	4.8	9.3	13.5	13.5	15.4	26.9	13.8	8.52
	<i>Reliability</i>											
9	Dokumentasi TPL. Akurat	0	0	0.3	2.2	3.2	15.1	15.7	14.7	25.6	23.1	8.05
10	Waktu transit singkat	0	0	0.3	2.6	2.6	9.3	18.9	15.7	23.7	26.9	8.20
11	Layanan TPL. Konsisten	0	0	2.6	1.6	5.1	14.1	16.3	17.9	26.0	16.3	7.79
	<i>Responsiveness</i>											
12	Cepat tanggap atas permintaan pelanggan	0	0	0	1.9	2.2	9.3	18.3	13.8	26.6	27.9	8.31
13	Memiliki jaringan internasional dan dapat melayani kiriman ke berbagai negara	0	0	0.3	0.6	2.2	11.5	18.3	21.8	23.4	21.8	8.14



NO	PERNYATAAN KUALITAS LAYANAN	SKOR JAWABAN DALAM %										MEAN
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
14	Jasa untuk konsolidasi	0	0	0	0.3	1.6	4.2	12.8	16.0	23.7	21.5	19.9
15	Jasa pengiriman ekspres	0	0	0.3	1.0	4.2	9.9	13.1	20.2	19.9	31.4	8.31
16	Jasa pengiriman ekspres	0	0	0.3	1.9	3.8	13.8	14.4	12.8	25.6	27.2	8.717
	<i>Assurance</i>											
17	TPL bereputasi	0	0	0	0.3	2.9	11.9	10.9	21.5	34.3	18.3	8.26
18	Mampu menelusuri kiriman	0	0	0.3	0.6	3.2	10.3	15.7	25.0	22.8	22.1	8.16
19	Stafnya ahli, terampil	0	0	0.6	0.6	5.8	8.0	14.7	30.1	18.3	21.8	8.08
20	Standar layanan tinggi	0	0	0.3	1.6	4.8	16.3	18.9	17.9	22.8	17.3	7.83
21	Proses <i>in-transit</i> tergolong baik	0	0	0.3	1.0	4.2	14.7	16.3	26.0	24.4	13.1	7.86
	<i>Empathy</i>											
22	Memelihara manajemen hubungan dengan pelanggan (CRM)	0	0	0	0.6	2.9	6.4	5.4	61.2	9.3	14.1	8.08
23	Mengetahui kebutuhan dan keinginan pelanggan	0	0	0.3	0.6	3.2	11.5	11.5	25.3	19.2	28.2	8.27
24	Menjaga dengan baik kerahasiaan data pelanggan	0	0	0	1.0	3.5	10.3	23.1	24.4	20.5	17.3	7.97
Rata-rata total skor											<b>8.74</b>	

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 17, 2010

Dari tabel 4.8 tentang Deskripsi Variabel Kualitas Layanan bahwa rata-rata skor total 8.14. Adapun menurut dimensi kualitas layanan itu sendiri dapat dirinci sebagai berikut:

- a. *Tangibles*, ada 4 pernyataan. Pernyataan 5, skor yang paling banyak adalah skor 10 (32.7%) dengan mean 8.37. Pernyataan 6, skor yang paling banyak adalah skor 10 (27.6%) dengan mean 8.05. Pernyataan 7, skor yang paling banyak adalah 9 (24.7%) dengan mean 7.86. Pernyataan 8, skor yang paling banyak adalah 9 (26.9%) dengan mean 7.52.

- b. *Reliability*, ada 3 pernyataan. Pernyataan 9, skor yang paling banyak adalah 9 (25.6%) dengan mean 8.05. Pernyataan 10, skor yang paling banyak adalah 10 (26.9%) dengan mean 8.20. Pernyataan 11, skor yang paling banyak adalah 9 (26.0%) dengan mean 7.79.
- c. *Responsiveness*, ada 5 pernyataan. Pernyataan 12, skor yang paling banyak adalah 10 (27.9%) dengan mean 8.31. Pernyataan 13, skor yang paling banyak adalah 9 (23.4%) dengan mean 8.14. Pernyataan 14, skor yang paling banyak adalah 8 (23.7%) dengan mean 7.99. Pernyataan 15, skor yang paling banyak adalah 10 (31.4%) dengan mean 8.31. Pernyataan 16, skor yang paling banyak adalah 10 (27.2%) dengan mean 8.17.
- d. *Assurance*, ada 5 pernyataan. Pernyataan 17, skor yang paling banyak adalah 9 (34.3%) dengan mean 8.26. Pernyataan 18, skor yang paling banyak adalah 8 (25.0%) dengan mean 8.16. Pernyataan 19, skor yang paling banyak adalah 8 (30.1%) dengan mean 8.08. Pernyataan 20, skor yang paling banyak adalah 9 (22.8%) dengan mean 7.83. Pernyataan 21, skor yang paling banyak adalah 8 (26.0%) dengan mean 7.86
- e. *Empathy*, ada 3 pernyataan. Pernyataan 22, skor paling banyak adalah 8 (61.2%) dengan mean 8.08. Pernyataan 23, skor paling banyak adalah 10 (28.2%) dengan mean 8.27. Pernyataan 24, skor paling banyak adalah 8 (24.4%) dengan mean 7.97.

Kesimpulan yang didapat dari Variabel Kualitas Layanan adalah skor yang paling banyak adalah 8, 9, dan 10 dengan rata-rata skor 8.21.

### 3. Variabel Keluwesan

Dari data yang diperoleh untuk Variabel Keluwesan (X3) dapat dilihat dari Tabel 4.9 berikut ini.

**Tabel 4.9**  
**Deskripsi Variabel Keluwesan (X3)**

NO	PERNYATAAN KELUWESAN	SKOR JAWABAN DALAM %										MEAN
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
25	Cepat melayani berbagai permintaan layanan	0	0.3	5.4	5.8	15.1	9.6	16.7	22.4	13.5	11.2	7.02
26	Mampu menangani berbagai macam produk	0	0	2.6	2.2	7.1	9.6	14.4	23.7	11.9	28.5	7.92
27	Pengepakan sesuai permintaan	0	0.6	1.0	3.5	7.7	7.4	20.2	28.8	17.6	13.1	7.63
28	Mampu memodifikasi produk sesuai keinginan pelanggan	0.3	0.6	3.8	8.0	10.6	15.1	14.1	27.9	9.9	9.6	6.95
Rata-rata total skor											7.38	

Dari tabel 4.9 tentang Deskripsi Keluwesan adalah bahwa dari 4 pernyataan yang ada, pernyataan 1, skor yang paling banyak adalah 8 (22.4%) dengan mean 7.31. Pernyataan 2, skor yang paling banyak adalah 10 (28.5%) dengan mean 8.5. Pernyataan 3, skor yang paling banyak adalah 8 (28.8%) dengan mean 8.16. Pernyataan 4, skor yang paling banyak adalah 8 (27.9%) dengan mean 7.42.

Kesimpulan yang didapat dari Variabel Keluwesan adalah skor yang paling banyak adalah 8 dan 10 dengan rata-rata skor 7.38.

### 4. Variabel Inovasi



Dari data yang diperoleh untuk Variabel Inovasi (X4) dapat dilihat dari Tabel 4.10 berikut ini.

**Tabel 4.10**  
**Deskripsi Variabel Inovasi (X4)**

NO	PERNYATAAN  INOVASI	SKOR JAWABAN DALAM %										MEAN
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
29	Memiliki rencana perbaikan	0	0	0.3	0.3	8.0	14.7	19.6	26.0	16.0	15.1	7.70
30	Peningkatan skill (keahlian) staf secara reguler	0	0	1.6	2.2	9.9	16.0	15.1	27.9	16.0	11.2	7.44
31	Survei kepuasan pelanggan secara rutin	0	0	1.0	2.2	5.8	14.7	20.2	31.7	11.9	12.5	7.56
32	Secara rutin menganalisis pembelian yang dilakukan pelanggan	0	0.3	1.6	5.8	16.7	15.4	14.4	26.6	12.8	6.4	6.97
Rata-rata total skor											7.42	

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 17, 2010

Dari tabel 4.10 tentang Deskripsi Variabel Inovasi didapat sebagai berikut:  
 Pernyataan 1, skor yang paling banyak adalah 8 (26.0%) dengan mean 7.70  
 Pernyataan 2, skor yang paling banyak adalah 8 (27.9%) dengan mean 7.44.  
 Pernyataan 3, skor yang paling banyak adalah 8 (31.7%) dengan mean 7.56.  
 Pernyataan 4, skor yang paling banyak adalah 8 (26.6%) dengan mean 6.97.

Kesimpulan yang bisa diambil dari Deskripsi Variabel Inovasi adalah bahwa skor yang paling banyak adalah: 8 dengan rata-rata skor adalah 7.42.

## 5. Variabel Pilihan Penyedia Jasa

Dari data yang diperoleh untuk Variabel Pilihan Penyedia Jasa (Y1) dapat dilihat dari Tabel 4.11 berikut ini.

**Tabel 4.11**  
**Deskripsi Variabel Pilihan Penyedia Jasa (Y1)**

NO	PERNYATAAN PILIHAN PENYEDIA JASA	SKOR JAWABAN DALAM %										MEAN
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
33	Memaksimalkan keuntungan finansial bagi perusahaan	0	0	1.3	0.6	9.9	11.9	17.9	29.8	19.2	9.3	7.57
34	Menjaga keluwesan kapasitas perusahaan dalam mengakomodir keterbatasan fasilitas <i>in-house</i>	0	0	1.9	1.6	9.6	12.2	14.7	31.4	15.4	13.1	7.57
35	Fokus pada kompetensi utama perusahaan	0	0	0	1.9	7.1	7.7	14.4	38.8	24.7	5.4	7.76
36	Pengurangan resiko dan kewajiban perusahaan karena ongkos angkut yang tidak bisa diprediksi	0	0	0.6	2.2	2.9	7.4	16.3	33.7	19.2	17.6	8.02
37	Penggunaan fasilitas TPL untuk memperluas jangkauan layanan perusahaan	0	0	1.9	5.4	4.2	4.8	11.2	25.6	18.6	28.2	8.10
38	Penggunaan fasilitas TPL agar perusahaan sigap menyelesaikan keluhan pelanggan	0	0	0.3	2.2	3.8	8.7	22.4	28.2	25.0	9.3	7.81
Rata-rata total skor											7.81	

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 17, 2010

Dari tabel 4.11 tentang Deskripsi Variabel Pilihan Penyedia Jasa didapat sebagai berikut: Pernyataan 1, skor yang paling banyak adalah 8 (29.8%) dengan mean 7.57. Pernyataan 2, skor yang paling banyak adalah 8 (31.4%) dengan mean 7.57. Pernyataan 3, skor yang paling banyak adalah 8 (38.8%) dengan mean 7.76. Pernyataan 4, skor yang paling banyak adalah 8 (33.7%) dengan mean 8.02.



Pernyataan 5, skor yang paling banyak adalah 10 (28.2%) dengan mean 8.10.

Pernyataan 6, skor yang paling banyak adalah 8 (28.2%) dengan mean 7.81.

Kesimpulan yang bisa diambil dari Deskripsi Variabel Pilihan Penyedia Jasa adalah bahwa skor yang paling banyak adalah: 8 dan 10 dengan rata-rata skor adalah 7.81.

## 6. Variabel Kesetiaan

Dari data yang diperoleh untuk Variabel Kesetiaan (Y2) dapat dilihat dari Tabel 4.12 berikut ini.

**Tabel 4.12**  
**Deskripsi Variabel Kesetiaan (Y2)**

NO	PERNYATAAN KESETIAAN	SKOR JAWABAN DALAM %										MEAN
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
39	Kemungkinan besar kami akan memperpanjang kontrak logistik dengan TPL yang sekarang	0	0	0.3	1	3.5	7.1	15.4	26.9	30.4	15.4	8.15
40	Kemungkinan besar kami akan memperluas kerjasama logistik dengan TPL yang sekarang	0	0	3.5	0.6	6.7	6.7	12.2	20.2	22.1	27.9	8.11
41	Kami akan merekomendasikan penggunaan jasa logistik dari TPL yang sekarang kepada pihak lain	0	0	0.6	0.3	2.9	8.0	10.3	18.6	32.7	26.6	8.46
42	Jika ada layanan logistik lain yang diperlukan, maka kami cenderung untuk memprioritaskan TPL yang sekarang untuk mengajukan penawaran	0	0	0.3	0.6	8	4.8	15.4	26	27.6	17.3	8.09
43	Dalam lingkungan perusahaan, kami telah memberikan predikat <i>preferred</i> pada TPL yang sekarang untuk proyek yang akan datang	0	0	1	0.6	2.2	6.7	18.3	27.2	24	19.9	8.17
Rata-rata total skor											8.20	

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 17, 2010

Dari tabel 4.12 tentang Deskripsi Variabel Kesetiaan didapat sebagai berikut: Pernyataan 1, skor yang paling banyak adalah 9 (30.4%) dengan mean 8.15. Pernyataan 2, skor yang paling banyak adalah 10 (27.9%) dengan mean 8.11. Pernyataan 3, skor yang paling banyak adalah 9 (32.7%) dengan mean 8.46. Pernyataan 4, skor yang paling banyak adalah 9 (27.6%) dengan mean 8.09. Pernyataan 5, skor yang paling banyak adalah 8 (27.2%) dengan mean 8.17. Kesimpulan yang bisa diambil dari Deskripsi Variabel Kesetiaan adalah bahwa skor yang paling banyak adalah: 8, 9 dan 10 dengan rata-rata skor adalah 8.20.

### C. Hasil Analisis Validitas dan Reliabilitas

Berikut ini disajikan hasil uji validitas dan reliabilitas instrumen yang digunakan (Tabel 4.13 sampai 4.18).

#### 1. Hasil uji validitas.

Berdasarkan hasil pengujian seperti yang disajikan Tabel 4.13, 4.14, 4.15, 4.16, 4.17 dan 4.18 dibawah ini terlihat bahwa seluruh butir pertanyaan dari masing-masing variabel penelitian telah valid, sehingga kuesioner layak untuk digunakan sebagai pengukur masing-masing variabel. Hasil dapat dilihat pada kolom *Corrected Item-Total Correlation*.

Hasil pengujian kembali validitas instrumen dapat dilihat pada tabel berikut ini dengan butir yang memiliki korelasi minimal sebesar 0.2 dinyatakan valid menurut Cronbach (1990 dalam Aritonang, 2007: 127).

**Tabel 4.13**  
**Hasil Pengujian Validitas Instrumen**  
**Persepsi atas Harga**

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.PH1	21.3237	25.274	.780	.673	.895
X1.PH2	21.8654	23.223	.829	.739	.875
X1.PH3	22.4327	21.095	.859	.747	.861
X1.PH4	23.4071	19.914	.772	.644	.904

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 17, 2010

**Tabel 4.14**  
**Hasil Pengujian Validitas Instrumen**  
**Kualitas Layanan**

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.KL5	152.9840	561.469	.709	.646	.968
X2.KL6	153.3013	550.584	.767	.733	.967
X2.KL7	153.4936	545.678	.801	.776	.967
X2.KL8	153.8333	538.429	.823	.761	.967
X2.KL9	153.3013	552.494	.773	.721	.967
X2.KL10	153.1538	549.725	.830	.780	.967
X2.KL11	153.5641	547.057	.801	.726	.967
X2.KL12	153.0481	557.030	.762	.665	.968
X2.KL13	153.2115	557.537	.799	.687	.967
X2.KL14	153.3686	554.761	.787	.665	.967
X2.KL15	153.0417	551.127	.821	.775	.967
X2.KL16	153.1859	553.104	.752	.672	.968
X2.KL17	153.0962	562.698	.763	.654	.968
X2.KL18	153.1891	559.279	.771	.699	.967
X2.KL19	153.2788	556.427	.780	.683	.967
X2.KL20	153.5256	555.858	.752	.685	.968



	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.KL21	153.4904	561.846	.733	.675	.968
X2.KL22	153.2788	572.845	.733	.621	.968
X2.KL23	153.0865	558.234	.754	.750	.968
X2.KL24	153.3878	565.396	.699	.691	.968

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 17, 2010

**Tabel 4.15**  
**Hasil Pengujian Validitas Instrumen**  
**Keluwasan**

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.LW25	22.5128	20.759	.505	.260	.780
X3.LW26	21.6154	20.123	.620	.432	.718
X3.LW27	21.9071	21.094	.648	.456	.709
X3.LW28	22.5801	19.653	.611	.375	.723

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 17, 2010

**Tabel 4.16**  
**Hasil Pengujian Validitas Instrumen**  
**Inovasi**

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X4.IN29	21.9808	17.093	.667	.487	.786
X4.IN30	22.2372	16.008	.681	.509	.778
X4.IN31	22.1218	17.053	.665	.461	.786
X4.IN32	22.7083	15.918	.636	.434	.801

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 17, 2010

**Tabel 4.17**  
**Hasil Pengujian Validitas Instrumen**  
**Pilihan Penyedia Jasa**

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1.PL33	39.2917	26.895	.453	.225	.692
Y1.PL34	39.2885	25.376	.500	.300	.678
Y1.PL35	39.0962	25.901	.639	.524	.645
Y1.PL36	38.8397	25.666	.584	.477	.655
Y1.PL37	38.7628	28.735	.224	.066	.771
Y1.PL38	39.0481	27.666	.466	.300	.689

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 17, 2010

**Tabel 4.18**  
**Hasil Pengujian Validitas Instrumen**  
**Kesetiaan**

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y2.ST39	32.8526	24.872	.603	.396	.818
Y2.ST40	32.8910	20.187	.705	.507	.793
Y2.ST41	32.5449	22.924	.727	.531	.785
Y2.ST42	32.9199	23.810	.620	.390	.813
Y2.ST43	32.8301	24.804	.583	.373	.823

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 17, 2010

## 2. Hasil uji reliabilitas

Dari Tabel 4.19, 4.20, 4.21, 4.22, 4.23 dan 4.24 dapat dilihat bahwa hasil uji reliabilitas pada seluruh variabel menunjukkan nilai  $> 0,6$  (Nunnally, 1960) yang berarti bahwa atribut pada variabel tersebut sudah konsisten dan dapat dipercaya (*reliable*) serta dapat digunakan untuk proses penelitian.

**Tabel 4.19**  
**Hasil Pengujian Reliabilitas**  
**Persepsi atas Harga**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.910	.918	4

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 17, 2010

**Tabel 4.20**  
**Hasil Pengujian Reliabilitas**  
**Kualitas Layanan**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.969	.969	20

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 17, 2010

**Tabel 4.21**  
**Hasil Pengujian Reliabilitas**  
**Keluwesannya**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.785	.789	4

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 17, 2010

**Tabel 4.22**  
**Hasil Pengujian Reliabilitas**  
**Inovasi**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.832	.833	4

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 17, 2010

**Tabel 4.23**  
**Hasil Pengujian Reliabilitas**  
**Pilihan Penyedia Jasa**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.728	.745	6

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 17, 2010

**Tabel 4.24**  
**Hasil Pengujian Reliabilitas**  
**Kesetiaan**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.840	.841	5

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 17, 2010

#### **D. Uji Asumsi**

Sebelum melakukan analisis regresi, maka perlu dilakukan pengujian terhadap asumsi data, yaitu asumsi klasik berikut:

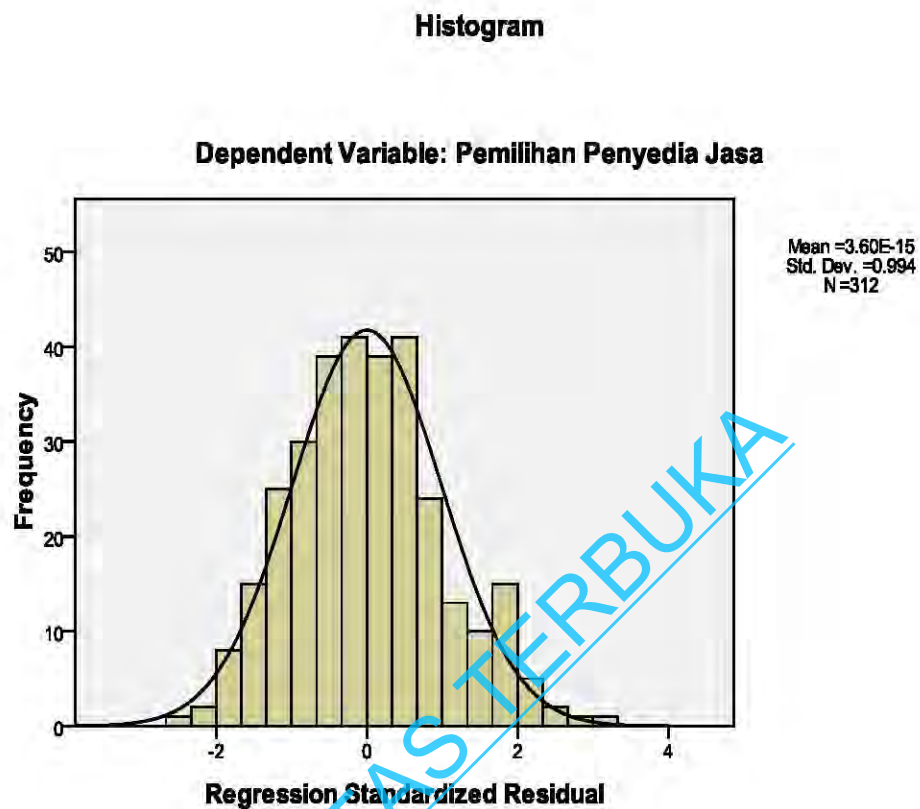


## 1. Uji Normalitas Data

Untuk mengetahui layak dan normalnya suatu data yang akan digunakan. Uji normalitas data dilakukan dengan pendekatan Histogram dan grafik PP-Plot. Hasil pengolahan dengan menggunakan SPSS 17 didapatkan histogram dan grafik seperti gambar 4.1, 4.2 untuk Hipotesis 1 – 4 : Persepsi atas Harga, Kualitas Layanan, Keluwesan dan Inovasi dapat memprediksi secara positif Pilihan Penyedia Jasa Alihdaya Logistik (  $X_1, X_2, X_3, X_4 \rightarrow Y_1$  ). dan gambar 4.3, 4.4 untuk Hipotesis 5 – 8 : Persepsi atas Harga, Kualitas Layanan, Keluwesan dan Inovasi dapat memprediksi secara positif Kesetiaan pada Penyedia Jasa Alihdaya Logistik (  $X_1, X_2, X_3, X_4 \rightarrow Y_2$  ).

Pada hasil output SPSS 17 didapatkan histogram dan grafik yang ditunjukkan pada gambar: 4.1 di bawah ini, tampak dari gambar tersebut menunjukkan bahwa variabel independen (Persepsi atas Harga, Kualitas Layanan, Keluwesan dan Inovasi) berdistribusi mendekati normal. Hal ini ditunjukkan dengan distribusi data yang tidak melenceng ke kiri atau ke kanan,





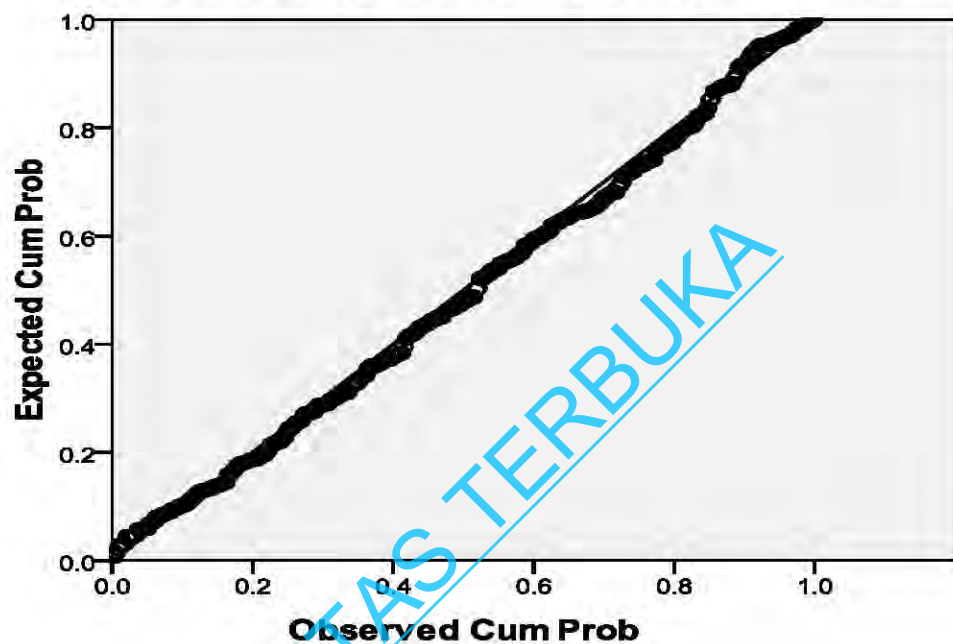
Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 17, 2010

**Gambar 4.1**  
**Grafik Histogram Uji Normalitas**  
**(Persepsi atas harga, Kualitas Layanan, Keluwesan dan Inovasi → Pilihan Penyedia Jasa)**

Pada hasil output SPSS 17 juga ditunjukkan pada gambar: 4.2 di bawah ini, tampak dari gambar tersebut menunjukkan bahwa data bergerombol disekitar garis uji yang mengarah ke kanan atas, tidak ada gerombolan plot data yang terletak jauh dari garis uji normalitas. Dengan demikian data tersebut bisa dikatakan mempunyai sebaran yang normal atau dengan kata lain telah memenuhi asumsi normalitas sebaran data.

### Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

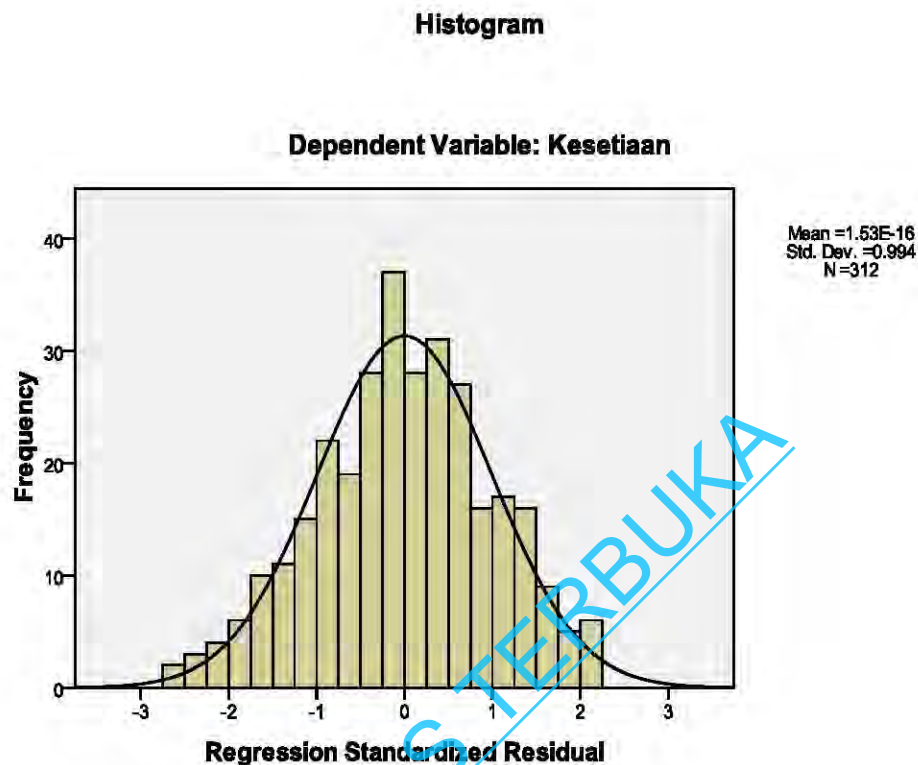
Dependent Variable: Pemilihan Penyedia Jasa



Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 17, 2010

**Gambar 4.2**  
**Grafik P-P Plot Uji Normalitas**  
**(Persepsi atas harga, Kualitas Layanan, Keluwesan dan Inovasi → Pilihan Penyedia Jasa)**

Pada hasil output SPSS 17 didapatkan histogram dan grafik yang ditunjukkan pada gambar: 4.3 di bawah ini, tampak dari gambar tersebut menunjukkan bahwa variabel independen (Persepsi atas Harga, Kualitas Layanan, Keluwesan dan Inovasi) berdistribusi mendekati normal. Hal ini ditunjukkan dengan distribusi data yang tidak melenceng ke kiri atau ke kanan,

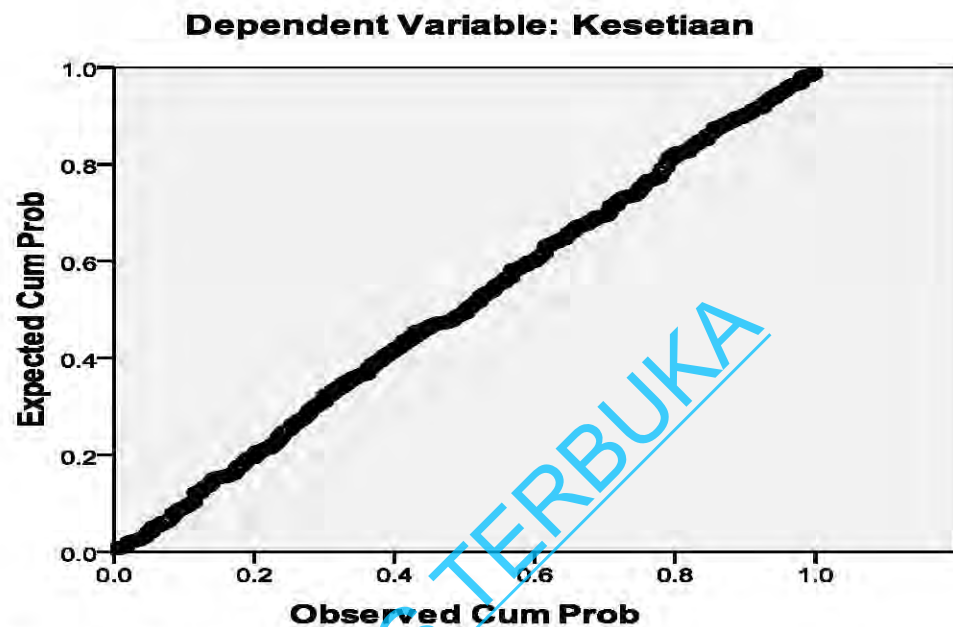


Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 17, 2010

**Gambar 4.3**  
**Grafik Histogram Uji Normalitas**  
**(Persepsi atas harga, Kualitas Layanan, Keluwesan dan Inovasi –**  
**Kesetiaan pada Penyedia Jasa logistik)**

Pada hasil output SPSS 17 juga ditunjukkan pada gambar: 4.4 di bawah ini, tampak dari gambar tersebut menunjukkan bahwa data bergerombol disekitar garis uji yang mengarah ke kanan atas, tidak ada gerombolan plot data yang terletak jauh dari garis uji normalitas. Dengan demikian data tersebut bisa dikatakan mempunyai sebaran yang normal atau dengan kata lain telah memenuhi asumsi normalitas sebaran data.

### Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 17, 2010

**Gambar 4.4**  
**Grafik Uji Normalitas**  
 (Persepsi atas harga, Kualitas Layanan, Keluwesan dan Inovasi –  
 Kesetiaan pada Penyedia Jasa logistik)

## 2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independent variable*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas, karena jika hal tersebut terjadi maka variabel-variabel tersebut tidak ortogonal atau terjadi kemiripan. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas bernilai nol. Uji ini untuk menghindari kebiasaan dalam proses pengambilan keputusan mengenai prediksi secara parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Selanjutnya hasil perhitungan



dibandingkan, apabila nilai Variance Inflation Factor (VIF) masing-masing variabel independen lebih besar dari 10, maka terdapat derajat multikolinieritas yang tinggi (Sumodiningrat, 1999:286) Untuk mendeteksi apakah terjadi masalah multikol dapat melihat nilai *tolerance* dan lawannya *variance inflation factor (VIP)*. Model regresi yang bebas multikolinieritas mempunyai VIF kurang dari 10 dan mempunyai angka toleransi lebih besar dari 0,1. dapat dilihat dari Tabel 4.25 dan 4.26 berikut ini :

**Tabel 4.25**  
**Uji multikolinieritas Dependen Variabel Pilihan Penyedia Jasa**

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	9.896	.969		10.214	.000		
Persepsi atas Harga	.289	.030	.298	9.661	.000	.536	1.866
Kualitas Layanan	.424	.032	.439	13.362	.000	.472	2.118
Keluwesaran	.230	.034	.221	6.737	.000	.472	2.117
Inovasi	.152	.032	.133	4.805	.000	.668	1.497

a. Dependent Variable: Pilihan Penyedia Jasa

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 17, 2010

Berdasarkan tabel 4.25 sub kolom "VIP" dari kolom "*Collinearity Statistics*" seluruh variabel memiliki nilai *tolerance* > 0.1 dan VIF < 10 sehingga dapat dinyatakan bebas multikolinieritas.

**Tabel 4.26**  
**Uji multikolinieritas Dependen Variabel Kesetiaan**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	23.160	2.105		11.003	.000		
Persepsi atas Harga	.121	.065	.129	1.860	.064	.536	1.866
Kualitas Layanan	.129	.069	.138	1.874	.062	.472	2.118
Keluwesanan	.171	.074	.170	2.307	.022	.472	2.117
Inovasi	.137	.069	.124	2.001	.046	.668	1.497

a. Dependent Variable: Kesetiaan

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 17, 2010

Berdasarkan tabel 4.26 sub kolom "VIP" dari kolom "*Collinearity Statistics*"

seluruh variabel memiliki nilai *tolerance* > 0.1 dan VIF < 10 yaitu sama dengan H

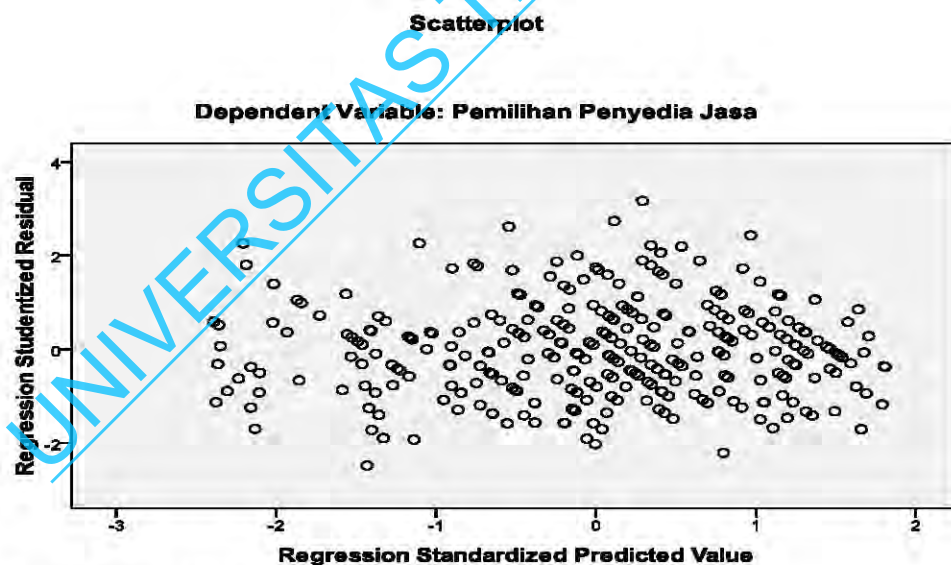
1- 4 sehingga dapat dinyatakan bebas multikolinieritas.

### 3. Uji Heteroskedastisitas

Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel dependen dengan residualnya. Artinya, deteksi adanya heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatter plot*, dimana sumbu X adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu Y adalah residual (Y prediksi-Y sesungguhnya) yang telah di-studentized. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas. Namun jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Santoso, 2003). Hasil pengolahan dengan menggunakan SPSS

17 didapatkan grafik scatterplot seperti gambar 4.3 untuk Hipotesis 1 – 4 : Persepsi atas Harga, Kualitas Layanan, Keluwesan dan Inovasi dapat memprediksi secara positif Pilihan Penyedia Jasa Alihdaya Logistik (  $X_1, X_2, X_3, X_4 \rightarrow Y_1$ ), dan gambar 4.6 untuk Hipotesis 5 – 8 : Persepsi atas Harga, Kualitas Layanan, Keluwesan dan Inovasi dapat memprediksi secara positif Kesetiaan pada Penyedia Jasa Alihdaya Logistik (  $X_1, X_2, X_3, X_4 \rightarrow Y_2$ ).

Hasil dari pengujian dengan menggunakan scatter plot antara nilai prediksi variabel dependen dengan residualnya. Plot sebaran data tsb. dapat ditunjukkan pada gambar 4.5 di bawah ini :



Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 17, 2010

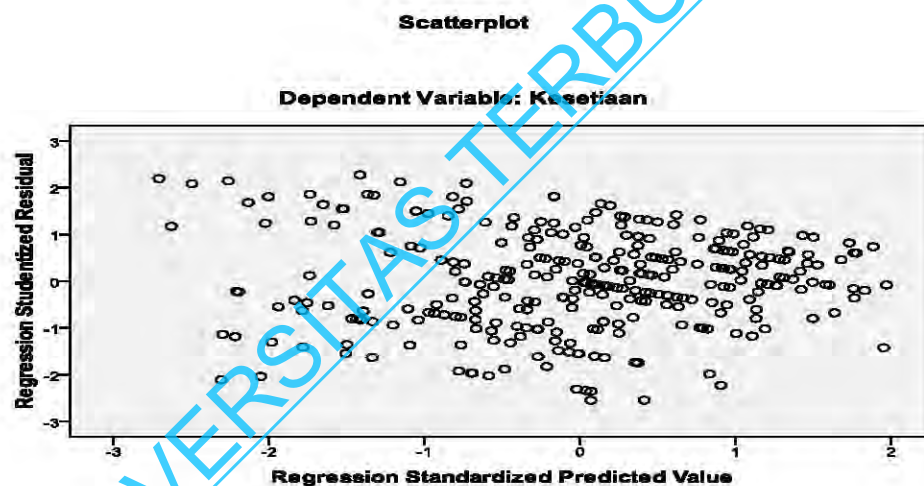
**Gambar 4.5**  
**Grafik Uji Heteroskedastisitas**  
**(Persepsi atas harga, Kualitas Layanan, Keluwesan dan Inovasi – Pilihan Penyedia Jasa)**

Oleh karena untuk variabel persepsi atas harga, kualitas layanan, keluwesan dan inovasi – pemilihan penyedia jasa pada gambar di atas menunjukkan plot data yang menyebar acak dan tidak ada pola yang jelas/tidak membentuk pola tertentu, serta



titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka hal ini berarti bahwa varians (ragam) pada variabel ini tidak berbeda secara nyata (signifikan). Dapat disimpulkan bahwa ragam (varians) untuk variabel ini adalah homogen/sama (tidak terjadi heteroskedastisitas).

Hasil dari pengujian dengan menggunakan scatter plot antara nilai prediksi variabel dependen dengan residualnya. Plot sebaran data tsb. dapat ditunjukkan pada gambar 4.6 di bawah ini.



Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 17, 2010

**Gambar 4.6**  
**Grafik Uji Heteroskedastisitas**  
**(Persepsi atas harga, Kualitas Layanan, Keluwesan dan Inovasi – Kesetiaan pada Penyedia Jasa logistik)**

Oleh karena untuk variabel persepsi atas harga, kualitas layanan, keluwesan dan inovasi – kesetiaan pada penyedia jasa pada gambar di atas menunjukkan plot data yang menyebar acak dan tidak ada pola yang jelas/tidak membentuk pola tertentu, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka hal ini



berarti bahwa varians (ragam) pada variabel ini tidak berbeda secara nyata (signifikan). Dapat disimpulkan bahwa ragam (varians) untuk variabel ini adalah homogen/sama (tidak terjadi heteroskedastisitas).

## E. Pengujian Hipotesis

### Uji Regresi Linier Ganda

#### 1. Uji F Hipotesis 1 – 4 : Persepsi atas Harga, Kualitas Layanan, Keluwesan dan Inovasi dapat memprediksi secara positif Pilihan Penyedia Jasa Alihdaya Logistik

Uji F digunakan untuk menguji hipotesis pertama dengan kriteria pengujian sebagai berikut :

- a. **H<sub>0</sub>** :  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , secara bersama-sama variabel bebas tidak dapat memprediksi variabel terikat
- b. **H<sub>a</sub>** :  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , secara bersama-sama variabel bebas dapat memprediksi variabel terikat.

Menentukan tingkat signifikansi (*level of significant*) 5% untuk membandingkan nilai Probabilitas (P) dengan  $\alpha = 0,05$  (5%), pada taraf nyata 95%, dan menentukan daerah penolakan atau penerimaan hipotesis :

- a.  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, jika  $P < \alpha$

b.  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, jika  $P > \alpha$

$H_0$  :  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , pada  $\alpha = 5\%$ . Artinya secara bersama-sama dari seluruh variabel bebas  $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$  dan  $X_4$  (Persepsi atas Harga, Kualitas Layanan, Keluwesan dan Inovasi) tidak dapat memprediksi secara positif dan signifikan variabel tidak bebas  $Y_1$  (Pilihan Penyedia Jasa logistik)

$H_a$  :  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , pada  $\alpha = 5\%$ . Artinya secara bersama-sama dari seluruh variabel bebas  $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$  dan  $X_4$  (Persepsi atas Harga, Kualitas Layanan, Keluwesan dan Inovasi) dapat memprediksi secara positif dan signifikan variabel tidak bebas  $Y_1$  (Pilihan Penyedia Jasa logistik)

Kriteria pengambilan keputusan adalah:

$H_0$  diterima jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ ,  $H_a$  diterima  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , pada  $\alpha = 5\%$ . Tabel 4.27 berikut memperlihatkan Anova untuk uji F:

**Tabel 4.27**

ANOVA<sup>b</sup>

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	9568.659	4	2392.165	414.050	.000 <sup>a</sup>
Residual	1773.688	307	5.777		
Total	11342.346	311			

a. Predictors: (Constant), Inovasi, Persepsi atas Harga, Keluwesan, Kualitas Layanan

b. Dependent Variable: Pilihan Penyedia Jasa

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 17, 2010

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa  $F_{hitung}$  adalah  $414,050 > F_{tabel}$  (2,04) dengan signifikansi nilai  $F_{hitung}$  sebesar 0,000 lebih rendah dari 0,05. oleh karena itu, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya variabel Persepsi atas Harga,

Kualitas Layanan, Keluwesan dan Inovasi secara bersama-sama mampu memprediksi secara positif dan signifikan Pilihan Penyedia Jasa logistik.

Sementara itu interpretasi  $R^2$  (interpretasi koefisien determinasi) yang menjelaskan seberapa besar variasi variabel Persepsi atas Harga, Kualitas Layanan, Keluwesan dan Inovasi mampu menerangkan variabel Pilihan Penyedia Jasa logistik dapat dilihat pada tabel 4.28 berikut:

**Tabel 4.28**  
**Uji  $R^2$**   
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.918 <sup>a</sup>	.844	.842	2.40364	1.806

a. Predictors: (Constant), Inovasi, Persepsi atas Harga, Keluwesan, Kualitas Layanan

b. Dependent Variable: Pilihan Penyedia Jasa

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 17, 2010

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai Adjusted  $R^2 = 0,842$  yang berarti variabel Persepsi atas Harga, Kualitas Layanan, Keluwesan dan Inovasi mampu memprediksi Pilihan Penyedia Jasa logistik sebesar 84,2%.

Adjusted  $R^2$  ( $R^2$  yang telah disesuaikan dengan jumlah variabel – lebih tepatnya terhadap derajat bebas dalam model) sebesar 0,842 atau 84,2% berarti variasi variabel independen (Persepsi atas Harga, Kualitas Layanan, Keluwesan dan Inovasi) mampu menjelaskan variabel dependen (Pilihan Penyedia Jasa logistik) sebesar 84,2% sementara sisanya 15,8% diterangkan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.



Sementara itu uji t (uji prediksi secara parsial) yang menjelaskan seberapa besar kemampuan prediksi masing-masing variabel bebas (X1, X2, X3, X4) terhadap variabel tidak bebas (Y1) Pilihan Penyedia Jasa logistik.

Kriteria pengambilan keputusan adalah:  $H_0$  diterima jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ ,  $H_a$  diterima jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ . Tabel 4.29 berikut menunjukkan hasil uji t

**Tabel 4.29**  
**Uji t**

Model	Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta	t			
1 (Constant)	9.896	.969		10.214	.000		
Persepsi atas Harga	.289	.030	.298	9.661	.000	.536	1.866
Kualitas Layanan	.424	.032	.439	13.362	.000	.472	2.118
Keluwesanan	.230	.034	.221	6.737	.000	.472	2.117
Inovasi	.152	.032	.133	4.805	.000	.668	1.497

a. Dependent Variable: Pilihan Penyedia Jasa

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 17, 2010

Dari tabel 4.29 di atas dapat dilihat bahwa variabel Persepsi atas Harga (X1) nilai  $t_{hitung}$  adalah  $9,661 > t_{tabel}$  (1,967) dan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya secara parsial variabel bebas Persepsi atas Harga (X1) mampu memprediksi secara positif dan signifikan Pilihan Penyedia Jasa Alihdaya logistik. (Y1).

Dari tabel 4.29 di atas dapat dilihat bahwa variabel Kualitas Layanan (X2) nilai  $t_{hitung}$  adalah  $13,362 > t_{tabel}$  (1,967) dan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari

0,05 yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya secara parsial variabel bebas Kualitas Layanan ( $X_2$ ) mampu memprediksi secara positif dan signifikan Pilihan Penyedia Jasa Alihdaya logistik. ( $Y_1$ ).

Dari tabel 4.29 di atas dapat dilihat bahwa variabel Keluwesan ( $X_3$ ) nilai  $t_{hitung}$  adalah  $6,737 > t_{tabel} (1,967)$  dan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya secara parsial variabel bebas Keluwesan ( $X_3$ ) mampu memprediksi secara positif dan signifikan Pilihan Penyedia Jasa Alihdaya logistik. ( $Y_1$ ).

Dari tabel 4.29 di atas dapat dilihat bahwa variabel Inovasi ( $X_4$ ) nilai  $t_{hitung}$  adalah  $4,805 > t_{tabel} (1,967)$  dan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya secara parsial variabel bebas Inovasi ( $X_4$ ) mampu memprediksi secara positif dan signifikan Pilihan Penyedia Jasa Alihdaya logistik. ( $Y_1$ ).

Dari tabel tersebut di atas dapat dirumuskan persamaan gresinya sebagai berikut;

$$Y_1 = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4$$

$$Y_1 = 9,896 + 0,289X_1 + 0,424X_2 + 0,230X_3 + 0,152X_4$$

Dimana;

$Y_1$  = Pilihan Penyedia Jasa Alihdaya logistik

$a$  = Konstanta

$X_1$  = Variabel persepsi atas harga

$X_2$  = Variabel kualitas layanan

$X_3$  = Variabel keluwesan

$X_4$  = Variabel inovasi

Persamaan teoritis di atas menginterpretasikan bahwa Pilihan Penyedia Jasa Alihdaya logistik memiliki nilai konstanta sebesar 9,896 sedangkan koefisien regresi persepsi atas harga ( $X_1$ ) bernilai 0,289, kualitas layanan ( $X_2$ ) bernilai 0,424, keluwesan ( $X_3$ ) bernilai 0,230, dan inovasi ( $X_4$ ) bernilai 0,152

Analisisnya, bila nilai  $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$  dan  $X_4$  sama dengan nol, maka nilai  $Y_1'$  sama dengan 9,896, bila nilai  $X$  berubah (meningkat atau menurun) sebesar satu satuan, maka nilai  $Y'$  akan berubah (meningkat atau menurun) sebesar nilai masing-masing *coefficients* sub kolom B, Tabel 4.29. Bila nilai  $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$  dan  $X_4$  sama dengan 1, maka nilai  $Y_1'$  sama dengan  $9,896 + 0,289(1) + 0,424(1) + 0,230(1) + 0,152(1)$  atau sama dengan 10,991; bila nilai  $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$  dan  $X_4$  sama dengan 3, maka nilai  $Y_1'$  sama dengan  $9,896 + 0,289(3) + 0,424(3) + 0,230(3) + 0,152(3)$  atau sama dengan 12,181

Jadi ini menunjukkan bahwa persepsi atas harga ( $X_1$ ), kualitas layanan ( $X_2$ ), keluwesan ( $X_3$ ) dan inovasi ( $X_4$ ) dapat memprediksi secara positif Pilihan penyedia jasa alihdaya logistik atau, berdasarkan persamaan di atas dapat diprediksi secara teoritis bahwa Pilihan penyedia jasa alihdaya logistik akan berubah naik atau turun jika terjadi perubahan naik atau turun pada persepsi atas harga ( $X_1$ ), kualitas layanan ( $X_2$ ), keluwesan ( $X_3$ ) dan inovasi ( $X_4$ ). Tingkat kesalahan persamaan teoritis di atas dalam memprediksi Pilihan penyedia jasa alihdaya logistik sebesar 0,969.



**2. Uji F Hipotesis 5 – 8 : Persepsi atas Harga, Kualitas Layanan, Keluwesan dan Inovasi dapat memprediksi secara positif Kesetiaan pada Penyedia Jasa Alihdaya Logistik**

Uji F digunakan untuk menguji hipotesis pertama dengan kriteria pengujian

sebagai berikut :

- c. **H<sub>0</sub>** :  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , secara bersama-sama variabel bebas tidak dapat memprediksi variabel terikat
- d. **H<sub>a</sub>** :  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , secara bersama-sama variabel bebas dapat memprediksi variabel terikat

Menentukan tingkat signifikansi (*level of significant*) 5% untuk membandingkan nilai Probabilitas (P) dengan  $\alpha = 0,05$ , pada taraf nyata 95%, dan menentukan daerah penolakan atau penerimaan hipotesis :

- a. H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima, jika  $P < \alpha$
- b. H<sub>0</sub> diterima dan H<sub>a</sub> ditolak, jika  $P > \alpha$

H<sub>0</sub> :  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , pada  $\alpha = 5\%$ . Artinya secara bersama-sama dari seluruh variabel bebas X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>, X<sub>3</sub> dan X<sub>4</sub> (Persepsi atas Harga, Kualitas Layanan, Keluwesan dan Inovasi) tidak dapat memprediksi secara positif dan signifikan variabel tidak bebas Y<sub>2</sub> (Kesetiaan pada Penyedia Jasa logistik)

$H_a : F_{hitung} > F_{tabel}$ , pada  $\alpha = 5\%$ . Artinya secara bersama-sama dari seluruh variabel bebas  $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$  dan  $X_4$  (Persepsi atas Harga, Kualitas Layanan, Keluwesan dan Inovasi) dapat memprediksi secara positif dan signifikan variabel tidak bebas  $Y_2$  (Kesetiaan pada Penyedia Jasa logistik)

Kriteria pengambilan keputusan adalah:

$H_0$  diterima jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ ,  $H_a$  diterima jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , pada  $\alpha = 5\%$ . Tabel 4.30 berikut memperlihatkan Anova untuk uji F:

**Tabel 4.30**

ANOVA<sup>b</sup>

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	2270.297	4	567.574	20.814	.000 <sup>a</sup>
Residual	8371.536	307	27.269		
Total	10641.833	311			

a. Predictors: (Constant), Inovasi, Persepsi atas Harga, Keluwesan, Kualitas Layanan

b. Dependent Variable: Kesetiaan

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 17, 2010

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa  $F_{hitung}$  adalah  $20,814 > F_{tabel}$  (2,04) dengan signifikansi nilai  $F_{hitung}$  sebesar 0,000 lebih rendah dari 0,05. oleh karena maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya variabel Persepsi atas Harga, Kualitas Layanan, Keluwesan dan Inovasi secara bersama-sama mampu memprediksi secara positif Kesetiaan pada Penyedia Jasa Alihdaya logistik.

Sementara itu interpretasi  $R^2$  (interpretasi koefisien determinasi) yang menjelaskan seberapa besar variasi variabel Persepsi atas Harga, Kualitas Layanan,



Keluwesasan dan Inovasi mampu menerangkan variabel Kesetiaan pada Penyedia Jasa Alihdaya logistik dapat dilihat pada tabel 4.31 berikut:

**Tabel 4.31**  
**Uji R<sup>2</sup>**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.462 <sup>a</sup>	.213	.203	5.22196	1.264

a. Predictors: (Constant), Inovasi, Persepsi atas Harga, Keluwesan, Kualitas Layanan

b. Dependent Variable: Kesetiaan

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 17, 2010

Dari tabel 4.31 di atas dapat dilihat bahwa nilai Adjusted R Square = 0,203 yang variabel Persepsi atas Harga, Kualitas Layanan, Keluwesan dan Inovasi mampu memprediksi Kesetiaan pada Penyedia Jasa logistik sebesar 20,3%.

Adjusted R<sup>2</sup> (R<sup>2</sup> yang telah disesuaikan dengan jumlah variabel – lebih tepatnya terhadap derajat bebas dalam model) sebesar 0,203 atau 20,3% berarti variasi variabel independen (Persepsi atas Harga, Kualitas Layanan, Keluwesan dan Inovasi) mampu menjelaskan variabel dependen (Kesetiaan pada Penyedia Jasa logistik) sebesar 20,3% sementara sisanya 79,7% diterangkan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Sementara itu uji t (uji prediksi secara parsial) yang menjelaskan seberapa besar kemampuan prediksi masing-masing variabel bebas (X1, X2, X3, X4) terhadap variabel tidak bebas (Y2) Kesetiaan pada Penyedia Jasa logistik.

Kriteria pengambilan keputusan adalah: H<sub>0</sub> diterima jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , H<sub>a</sub> diterima jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ . Tabel 4.32 berikut menunjukkan hasil uji t

**Tabel 4.32**  
**Uji t**

Model		Coefficients <sup>a</sup>						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	23.160	2.105		11.003	.000		
	Persepsi atas Harga	.121	.065	.129	1.860	.064	.536	1.866
	Kualitas Layanan	.129	.069	.138	1.874	.062	.472	2.118
	Keluwesannya	.171	.074	.170	2.307	.022	.472	2.117
	Inovasi	.137	.069	.124	2.001	.046	.668	1.497

a. Dependent Variable: Kesetiaan

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 17, 2010

Dari tabel 4.32 di atas dapat dilihat bahwa variabel Persepsi atas Harga (X1) nilai  $t_{hitung}$  adalah  $1,860 < t_{tabel} (1,967)$  dan tingkat signifikansi  $0,064$  lebih besar dari  $0,05$  yang berarti  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, artinya secara parsial variabel bebas Persepsi atas Harga (X1) tidak mampu memprediksi secara positif dan signifikan Kesetiaan pada Penyedia Jasa Alihdaya logistik. (Y2).

Dari tabel 4.32 di atas dapat dilihat bahwa variabel Kualitas Layanan (X2) nilai  $t_{hitung}$  adalah  $1,874 < t_{tabel} (1,967)$  dan tingkat signifikansi  $0,063$  lebih besar dari  $0,05$  yang berarti  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, artinya secara parsial variabel bebas Kualitas Layanan (X2) tidak mampu memprediksi secara positif dan signifikan Kesetiaan pada Penyedia Jasa Alihdaya logistik. (Y2).

Dari tabel 4.32 di atas dapat dilihat bahwa variabel Keluwesan (X3) nilai  $t_{hitung}$  adalah  $2,307 > t_{tabel}$  (1,967) dan tingkat signifikansi 0,022 lebih kecil dari 0,05 yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya secara parsial variabel bebas Keluwesan (X3) mampu memprediksi secara positif akan tetapi tidak signifikan Kesetiaan pada Penyedia Jasa Alihdaya logistik. (Y2).

Dari tabel 4.32 di atas dapat dilihat bahwa variabel Inovasi (X4) nilai  $t_{hitung}$  adalah  $2,001 > t_{tabel}$  (1,967) dan tingkat signifikansi 0,045 lebih kecil dari 0,05 yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya secara parsial variabel bebas Inovasi (X4) mampu memprediksi secara positif tetapi tidak signifikan Kesetiaan pada Penyedia Jasa Alihdaya logistik. (Y2).

Dari tabel tersebut di atas dapat dirumuskan persamaan regresinya sebagai berikut;

$$Y2 = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4$$

$$Y2 = 23,160 + 0,186X_1 + 0,874X_2 + 2,307X_3 + 2,0001X_4$$

Dimana;

$Y2$  = Kesetiaan pada Penyedia Jasa Alihdaya logistik

$a$  = Konstanta

$X_1$  = Variabel persepsi atas harga

$X_2$  = Variabel kualitas layanan

$X_3$  = Variabel keluwesan

$X_4$  = Variabel inovasi



Persamaan teoritis di atas menginterpretasikan bahwa Kesetiaan pada Penyedia Jasa Alihdaya logistik memiliki nilai konstanta sebesar 23,160 sedangkan koefisien regresi persepsi atas harga (X1) bernilai 0,121, kualitas layanan (X2) bernilai 0,129, keluwesan (X3) bernilai 0,171, dan inovasi (X4) bernilai 0,137

Analisisnya, bila nilai X1, X2, X3 dan X4 sama dengan nol, maka nilai Y2' sama dengan 23,160, bila nilai X berubah (meningkat atau menurun) sebesar satu satuan, maka nilai Y2' akan berubah (meningkat atau menurun) sebesar nilai masing-masing *coefficients* sub kolom B, (Tabel 4.32), bila nilai X1, X2, X3 dan X4 sama dengan 1, maka nilai Y2' sama dengan  $23,160 + 0,121(1) + 0,129(1) + 0,171(1) + 0,137(1)$  atau sama dengan 23,718; bila nilai X1, X2, X3 dan X4 sama dengan 3, maka nilai Y2' sama dengan  $23,160 + 0,121(3) + 0,129(3) + 0,171(3) + 0,137(3)$  atau sama dengan 24,834

Jadi ini menunjukkan bahwa persepsi atas harga (X1), kualitas layanan (X2), keluwesan (X3) dan inovasi (X4) dapat memprediksi secara positif kesetiaan pada penyedia jasa alihdaya logistik atau, berdasarkan persamaan di atas dapat diprediksi secara teoritis bahwa kesetiaan pada penyedia jasa alihdaya logistik akan berubah naik atau turun jika terjadi perubahan naik atau turun pada persepsi atas harga (X1), kualitas layanan (X2), keluwesan (X3) dan inovasi (X4). Tingkat kesalahan persamaan teoritis di atas dalam memprediksi kesetiaan pada penyedia jasa alihdaya logistik sebesar 2,105.

Catatan untuk persamaan di atas adalah bahwa variabel persepsi atas harga (X1) dan kualitas layanan (X2) dalam uji *t* menunjukkan tingkat signifikansi yang

melebihi standar  $> 0.05$ , dan nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , sesuai Tabel 4.32. Jadi secara parsial variabel persepsi atas harga (X1) dan kualitas layanan (X2) tidak mampu memprediksi kesetiaan pada penyedia jasa alihdaya logistik.

## F. Pembahasan dan Implikasi

Hasil uji hipotesis dari keempat variabel bebas (X1, X2, X3, X4) terhadap variable tidak bebas Y1, menunjukkan bahwa secara parsial maupun secara keseluruhan, variabel bebas (X1, X2, X3, X4) mampu secara positif dan signifikan memprediksi Pilihan Penyedia Jasa Alihdaya logistik. Sesuai Tabel Hal ini memperkuat hasil penelitian-penelitian sebelumnya.

1. Persepsi atas Harga, hasil pengujian hipotesis 1 (H1) memperkuat penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Spenser *et al.*, (1994) yang menyebutkan bahwa harga merupakan kriteria penting setelah reputasi Penyedia Jasa Alihdaya logistik. Hasil uji ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan Banomyong (2011) yang menemukan bahwa koefisien Alpha Cronbach untuk *Service Cost* adalah 0.813. Hal ini menunjukkan bahwa Persepsi atas Harga masih merupakan penentu dalam Pilihan Penyedia Jasa Alihdaya logistik. Program penurunan biaya operasi atau *low cost operation program* sekarang sedang giat dilakukan oleh semua pelaku bisnis yang merupakan pelanggan dari Penyedia Jasa Alihdaya logistik agar bisa tetap bertahan, dapat memberikan benefit kepada pelanggan akhir dan selamat dari kerasnya kompetisi.



2. Kualitas Layanan, hasil pengujian hipotesis 2 (H2) memperkuat penelitian sebelumnya yang dilakukan Banomyong (2011) maupun Hsiao *et al.*, (2011) bahwa variabel Kualitas Layanan mampu memprediksi secara parsial paling tinggi dibanding variabel lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa variabel ini memiliki peran yang sangat penting dalam menentukan Pilihan Penyedia Jasa Alihdaya logistik. Para pelaku Penyedia Jasa Alihdaya logistik seyogyanya memperhatikan variabel Kualitas Layanan dengan porsi yang lebih besar lagi agar dapat memenangkan kompetisi. Peningkatan kualitas layanan dapat dilakukan sesuai kriteria pada setiap indikator tiap dimensinya.

3. Keluwesan, hasil pengujian hipotesis 3 (H3) memperkuat penelitian sebelumnya yang dilakukan Mahmoud Agazadeh (2003), Damien Power *et al.*, (2007), Dan Leslie *et al* (2003), ketiga penelitian tersebut menemukan bahwa *Logistic flexibility* mampu membantu meningkatkan dan mempertahankan keluwesan perusahaan agar dapat dapat memberikan benefit multi dimensi kepada pengguna jasa Alihdaya logistik. Hal ini senada dengan kolaborasi yang sekarang dilakukan oleh UPS dengan Toshiba dan HP., Friedman (2007) dalam mempersembahkan layanan kepada pelanggannya. Pada akhirnya semua benefit akan dikembalikan kepada pelanggan akhir yang merupakan penentu keberadaan pelaku bisnis.

4. Inovasi, hasil pengujian hipotesis 4 (H4) memperkuat penelitian sebelumnya yang dilakukan Hsiao (2008) dan Kumar *et al* (2009) meskipun variabel Inovasi tidak mampu memprediksi secara signifikan Pilihan Penyedia Jasa Alihdaya logistik, namun variabel ini perlu dipertimbangkan. Hal inilah yang mendasari para pelaku bisnis melakukan perbaikan bersama-sama dengan para Penyedia Jasa



Alihdaya logistik pada rantai pasokannya guna memberikan benefit kepada pelanggan akhir.

Hasil uji hipotesis dari keempat variabel bebas (X1, X2, X3, X4) terhadap variable tidak bebas Y2, secara keseluruhan mampu memprediksi secara positif dengan tingkat signifikansi 0,000a sesuai Tabel 4.30, tetapi tidak semua uji t yang dihasilkan tergolong signifikan yaitu variabel Persepsi atas Harga (X1) dan Kualitas layanan (X2) sesuai Tabel 4.32

5. Persepsi atas Harga, hasil pengujian hipotesis 5 (H5) tidak sesuai dengan penelitian-penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Carbalosa (2011) juga Chandandeep *et al.*, (2008) yang menemukan bahwa variabel *Maximized financial benefit* menunjukkan hubungan sangat signifikan (0,898). Hal ini cukup mengejutkan, walaupun pada penelitian lain ditemukan bahwa *Price satisfaction* (0,060) tidak memprediksi secara signifikan Kesetiaan pada Penyedia Jasa Alihdaya logistik, dibandingkan variabel yang lain yaitu *Service satisfaction* (0,610). Jadi, dalam hal terjadi konflik pada tingkat tertentu yang mengancam hubungan, maka *Service satisfaction* akan menjadi kriteria penentu kelangsungan hubungan. David *et al.* (2010). Dari sudut pandang teoritis, hasil yang tidak sesuai hipotesis ini dapat juga merujuk pada komentar peneliti sebelumnya tentang sulitnya mengukur variabel Kesetiaan dengan valid dan reliabel dalam penelitian empiris, (Soderlun, 2006 dalam Jari Juga *et al.* 2010).

6. Kualitas Layanan, hasil pengujian hipotesis 6 (H6) tidak memperkuat penelitian-penelitian sebelumnya yang telah ditemukan bahwa kualitas layanan

dapat menjelaskan kesetiaan konsumen dan niat pelaku (Parasuraman *et al.* 2005 dalam Suh dan Pedersen 2010: 78). dan penelitian Jari Juga (2010) yang menemukan bahwa respon terhadap tingkat pelayanan teknis dari sistem informasi dan komunikasi elektronik untuk harapan melangsungkan hubungan lebih lanjut cukup tinggi (mean 5.3) Hal ini juga cukup mengejutkan, walaupun pada penelitian lain ditemukan bahwa *Reputation* (0,169) yang merupakan bagian dari Kualitas Layanan, bersama-sama variabel lainnya yaitu, *Relationship-specific investment*, *Information sharing* dan *Satisfaction* tidak memprediksi secara signifikan Kesetiaan pada Penyedia Jasa Alihdaya logistik, secara langsung, tetapi melalui variabel moderasi *Trust* yang kemudian akan menjelaskan variabel *Commmitement* (0,472) dan pada akhirnya menjelaskan Kesetiaan (0,4810) (Yutian *et al.* 2010). Dari sudut pandang teoritis, hasil yang tidak sesuai hipotesis ini dapat juga merujuk pada komentar peneliti sebelumnya tentang sulitnya mengukur variabel Kesetiaan dengan valid dan reliabel dalam penelitian empiris. (Soderlun, 2006 dalam Jari Juga *et al.* 2010).

7. Keluwesan, hasil pengujian hipotesis 7 (H7) meski tidak signifikan, namun masih sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan Shams Rahman (2011) pada penelitiannya di Australia menemukan hubungan yang sangat signifikan (86%) antara tiga faktor: *cost reduction*, *reduction in capital investment*, dan *enhance operational flexibility*; ketiga faktor tersebut secara signifikan mampu memprediksi kepuasan yang pada akhirnya mampu memprediksi kesetiaan pelanggan pada layanan Alihdaya logistik.. Pada penelitian lain, keluwesan operasional yang merupakan bagian dari logistik efisiensi bersama-sama dengan

*affective trust* mampu memprediksi pengguna jasa Alihdaya logistik dalam memutuskan untuk berkolaborasi yang berarti setia berhubungan dengan *TPL*. dijelaskan bahwa kedua variabel tersebut merupakan syarat mutlak bagi manager untuk memutuskan membangun hubungan dan setia dengan *TPL*. karena dalam berkolaborasi ada resiko "*leak of information*" yang mungkin terjadi. Demikian temuan penelitian Byoung *et al* (2011). Sama dengan variabel lainnya, Keluwesan tidak mampu memprediksi secara signifikan Kesetiaan pada Penyedia Jasa Alihdaya logistik,

8. Inovasi, hasil pengujian hipotesis 8 ( $H_8$ ) meski tidak signifikan, namun masih sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan David *et al*, (2010), yang menyimpulkan bahwa inovasi mampu memprediksi secara signifikan kesetiaan pelanggan pengguna jasa Alihdaya logistik, dijelaskan bahwa hubungan yang baik harus memungkinkan konflik antar organisasi untuk menjadi fungsional, yaitu konflik yang tidak mengurangi loyalitas melainkan mendorong kearah perbaikan dan inovasi.



## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari penelitian ini dan mengacu pada tujuan penelitian maka dapat disimpulkan beberapa hal berikut:

**1. Persepsi atas Harga, Kualitas Layanan, Keluwesan dan Inovasi dapat memprediksi secara positif Pilihan Penyedia Jasa Alihdaya Logistik**

- a. Secara keseluruhan variabel Persepsi atas Harga, Kualitas Layanan, Keluwesan dan Inovasi mampu memprediksi secara positif dan signifikan Pilihan Penyedia Jasa Alihdaya Logistik. Hal ini ditunjukkan pada hasil SPSS.  $F_{hitung}$  adalah  $414,050 > F_{tabel} (2,04)$
- b. Secara parsial variabel Persepsi atas Harga mampu memprediksi secara positif dan signifikan Pilihan Penyedia Jasa Alihdaya Logistik. Hal ini ditunjukkan pada hasil SPSS. signifikansi nilai  $t_{hitung}$  adalah  $9,661 > t_{tabel} (1,967)$  pada uji  $t$ , maka variabel Persepsi atas Harga dianggap dapat menjelaskan Pilihan Penyedia Jasa Alihdaya Logistik.

- c. Secara parsial variabel Kualitas Layanan mampu memprediksi secara positif dan signifikan Pilihan Penyedia Jasa Alihdaya Logistik. Hal ini ditunjukkan pada hasil SPSS. signifikansi nilai  $t_{hitung}$  adalah  $13,362 > t_{tabel} (1,967)$  pada uji  $t$ , maka variabel Kualitas Layanan dianggap dapat menjelaskan Pilihan Penyedia Jasa Alihdaya Logistik.
- d. Secara parsial variabel Keluwesan mampu memprediksi secara positif dan signifikan Pilihan Penyedia Jasa Alihdaya Logistik. Hal ini ditunjukkan pada hasil SPSS. signifikansi nilai  $t_{hitung}$  adalah  $6,737 > t_{tabel} (1,967)$  pada uji  $t$ , maka variabel Keluwesan dianggap dapat menjelaskan Pilihan Penyedia Jasa Alihdaya Logistik.
- e. Secara parsial variabel Inovasi mampu memprediksi secara positif dan signifikan Pilihan Penyedia Jasa Alihdaya Logistik. Hal ini ditunjukkan pada hasil SPSS. signifikansi nilai  $t_{hitung}$  adalah  $4,805 > t_{tabel} (1,967)$  pada uji  $t$ , maka variabel Inovasi dianggap dapat menjelaskan Pilihan Penyedia Jasa Alihdaya Logistik.
- f. Nilai  $t_{hitung}$  13,362 pada uji  $t$  sesuai Tabel 4.29 adalah tertinggi terdapat pada kualitas layanan, dengan demikian Kualitas Layanan merupakan variabel utama dalam memprediksi Pilihan Penyedia Jasa Alihdaya logistik. Dan sisanya diprediksi oleh variabel lain.



**2. Persepsi atas Harga, Kualitas Layanan, Keluwesan dan Inovasi dapat memprediksi secara positif Kesetiaan pada Penyedia Jasa Alihdaya Logistik**

- a. Secara keseluruhan variabel Persepsi atas Harga, Kualitas Layanan, Keluwesan dan Inovasi mampu memprediksi secara positif Kesetiaan pada Penyedia Jasa Alihdaya Logistik. Hal ini ditunjukkan pada hasil SPSS.  $F_{hitung}$  adalah  $20,814 > F_{tabel} (2,04)$ .
- b. Secara parsial variabel Persepsi atas Harga tidak mampu memprediksi secara positif dan signifikan Kesetiaan pada Penyedia Jasa Alihdaya Logistik. Hal ini ditunjukkan pada hasil SPSS. signifikansi nilai  $t_{hitung}$  adalah  $1,860 < t_{tabel} (1,967)$  pada uji  $t$ , maka variabel Persepsi atas Harga dianggap tidak dapat menjelaskan Kesetiaan pada Penyedia Jasa Alihdaya Logistik.
- c. Secara parsial variabel Kualitas Layanan tidak mampu memprediksi secara positif dan signifikan Kesetiaan pada Penyedia Jasa Alihdaya Logistik. Hal ini ditunjukkan pada hasil SPSS. signifikansi nilai  $t_{hitung}$  adalah  $1,874 < t_{tabel} (1,967)$  pada uji  $t$ , maka dianggap variabel Kualitas Layanan tidak dapat menjelaskan Kesetiaan pada Penyedia Jasa Alihdaya Logistik.

- d. Secara parsial variabel Keluwesan mampu memprediksi secara positif Kesetiaan pada Penyedia Jasa Alihdaya Logistik meskipun tidak signifikan. Hal ini ditunjukkan pada hasil SPSS. signifikansi nilai  $t_{hitung}$  adalah  $2,307 > t_{tabel} (1,967)$  pada uji  $t$ , maka dianggap variabel Keluwesan dapat menjelaskan Kesetiaan pada Penyedia Jasa Alihdaya Logistik
- e. Secara parsial variabel Inovasi mampu memprediksi secara positif Kesetiaan pada Penyedia Jasa Alihdaya Logistik meskipun tidak signifikan, Hal ini ditunjukkan pada hasil SPSS. signifikansi nilai  $t_{hitung}$  adalah  $2,001 > t_{tabel} (1,967)$  pada uji  $t$ , maka dianggap variabel Inovasi dapat menjelaskan Kesetiaan pada Penyedia Jasa Alihdaya Logistik
- f. Nilai Nilai  $t_{hitung}$  2,307 pada uji  $t$  sesuai Tabel 4.32 adalah tertinggi terdapat pada keluwesan, dengan demikian keluwesan merupakan variabel utama dalam memprediksi Kesetiaan pada Penyedia Jasa Alihdaya logistik. Dan sisanya diprediksi oleh variabel lain.
- g. Terdapat beberapa hal baru dalam penelitian ini yaitu: Satu, Penelitian sejenis ini belum pernah dilakukan di daerah Batam, Bintan dan sekitarnya. Dua, Hasil analisis Hipotesis (H5 & H6) yaitu Persepsi atas Harga dan Kualitas layanan logistik tidak dapat memprediksi secara positif dan signifikan Kesetiaan pada Penyedia

Jasa Alihdaya Logistik yang mana hal ini bertentangan dengan hasil penelitian-penelitian sebelumnya di negara lain.

## B. Saran

Beberapa saran yang dapat dikemukakan dari penelitian ini yaitu:

1. Bagi perusahaan yang mengambil keputusan di perusahaan, hendaknya mempertimbangkan variabel-variabel yang dihasilkan dalam penelitian ini dalam mengambil keputusan Pilihan Penyedia Jasa Alihdaya logistik agar dihasilkan keputusan yang optimal. Posisi kualitas layanan sebagai variabel terpenting dalam Pilihan penyedia jasa alihdaya logistik perlu mendapat perhatian lebih bagi para manajer dalam membuat keputusan.
2. Bagi perusahaan Penyedia Jasa Alihdaya Logistik hendaknya memperhatikan variabel-variabel yang mampu memprediksi pengambilan keputusan Pilihan Penyedia Jasa Alihdaya logistik dalam mengembangkan strategi bisnis perusahaan sehingga dapat memenangkan persaingan. Posisi kualitas layanan sebagai variabel terpenting dalam Pilihan penyedia jasa alihdaya logistik perlu mendapat perhatian lebih bagi para manajer dalam meningkatkan kualitas layanan dan mempersembahkannya kepada pelanggan.
3. Bagi perusahaan Penyedia Jasa Alihdaya Logistik hendaknya memperhatikan variabel-variabel yang mampu memprediksi Kesetiaan pada Penyedia Jasa Alihdaya logistik dalam mengembangkan strategi

bisnis perusahaan sehingga dapat memenangkan persaingan. Adanya tendensi bahwa pelanggan semakin lebih luas memilih untuk membina hubungan jangka panjang dengan Penyedia Jasa Alihdaya logistik manapun yang dapat memberikan benefit maksimal. Hal ini perlu diperhatikan agar kelemahan pada variabel tertentu dapat ditutupi sehingga pelanggan dapat memperoleh pelayanan *one stop logistic services*.

4. Perlu dikembangkan model pengambilan keputusan yang mengintegrasikan pengambilan keputusan Pilihan dan keputusan untuk Setia pada Penyedia Jasa Alihdaya logistik. Khususnya penambahan atau perubahan variabel – variabel untuk memprediksi Kesetiaan pada Penyedia Jasa Alihdaya Logistik.
5. Penelitian yang akan datang, perlu dilakukan penelitian lebih lanjut untuk mengetahui variabel lain atau variabel moderasi lainnya misalnya kepuasan, *Trust* dan *Commitment* yang mungkin mampu memprediksi secara positif dan signifikan Kesetiaan pada Penyedia Jasa Alihdaya logistik di daerah Batam, Bintan dan sekitarnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aghazadeh, S. M. (2003). How to Choose an Effective Third Party Logistics Provider. *Department of Business Administration, School of Business, State University of New York at Fredonia, Fredonia, NY 14063, USA* 6, (7)
- Bahauddin, A. (2008). Identifikasi Faktor-Faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan dan pemilihan penyedia jasa Outsourcing Logistik. *Tugas Akhir Program Magister, Magister Manajemen Universitas Teknologi Bandung. Bandung Jawa Barat.*
- Aktas, E. & Uengin, F. (2005). "Outsourcing logistics activities in Turkey", *The Journal of Enterprise Information Management*, 18 (3), 316-329
- Aritonang, R. L. R. (2007). *Riset Pemasaran Teori dan Praktik*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Banomyong, R. & Supatn, N. (2011). "Selecting logistics providers in Thailand: a shippers' perspective", *European Journal of Marketing*, 45 (3), 419-437
- Bokeno Michael R. (2011). "Learning in conflict: revisiting the role of perception", *Development and Learning in Organizations, Emerald Article*, 25 (2) 15 - 17
- Burnes B. & Anastasiadis A. (2003). "Outsourcing: a public-private sector comparison" *International Journal of Supply Chain Management*, 8 (4), 355 – 366
- Butler, T. & Boudon. (2007) *50 Psychology Classic*. Boston: Nicholas Brealey Publishing
- Byoung, C. H., Yang, K. P., & Sungbin, C. (2011). "Suppliers' affective trust & trust in competency in buyers Its effect on collaboration & logistics efficiency", *International Journal of Operations & Production Management*, 31 (1), 56-77
- Carballosa, A.N. & Tarres, L.G. (2011). Third-Party Logistics Providers in Spain, *Industrial Management & Data Systems*. Barcelona: Emerald Group Publishing Limited. 111
- Carl, M. W. & Peter, L. (2011). "Proactive improvement of logistics service providers as driver of customer loyalty", *European Journal of Marketing*, 45 (3), 438-454



- Caruana, A. (2002). Service loyalty. "The effects of service quality & the mediating role of customer satisfaction", *European Journal of Marketing*, 36\_(7/8), 811-828
- Chandandeep, S. G., Kuldeep, K. S., & Sumit G. (2008). "A multicriteria logistics-outsourcing decision making using the analytic hierarchy process" *Int. J. Services Technology & Management*, 9, (1), 1-11
- Christian, B. & Carl, M. W. (2011). "Innovation management of logistics service providers Foundations, review, & research agenda", *International Journal of Physical Distribution & Logistic Management*, 41 (2), 187-218
- Damien, P., Moosa S. & Vikram, B. (2007). "Adding value through outsourcing Contribution of 3P L s services to customer P erformance", *Management Research News*, 30 (3), 228-235
- David, L. C., Thomas, J. G., Michael, K. & Carl, M. W. (2010) "Customer Loyalty in Logistic Outsourcing Relationship: An Examination of the Moderating Effect Frequency". *Journal of Business Logistic* 31 (2), 372-395
- Domberger, S. (1998). *The Contracting Organization – A Strategic guide to Outsourcing*. Oxford: Oxford University Press
- Eric P., Jack, Thomas, L. F. & Lauren S. (2010) "Reverse logistic capabilities: antecedents and cost savings". *Journal of Physical Distribution & Logistic Management* 40 (3), 228-246
- Felix T. S. C., Henry C. W. L., & Ralph W. L. I. (2006). "An AHP approach in benchmarking logistics performance of the postal industry". *An International Journal* 13 (6), 636-661
- Fitzsimmons, J. A. & Fitzsimmons, M. J. (2011). *Service Management. Operations, Strategy, Information Technology*. Seventh Edition. New York: McGraw-Hill
- Friedman, T. L. (2007). *The World is Flat*. New York: Penguin Group Inc.,
- Ghozali, Imam (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro

- Hsiao, H.I., Vorst, V.D., Kemp, R.G.M. & Onno, S.W.F. (2008). "Developing a decision-making framework for levels of logistics outsourcing in food supply chain networks", *International Journal of Physical Distribution & Logistic Management*, 40 (5), 395-414
- Hsiao, H. I., Ron G .M. K., Jack, G.A.J. & Vorst V. D. (2011). "Logistics outsourcing by Taiwanese & Dutch food processing industries", *British Food Journal*, 113 (4), 550-576
- Indrajit, R. E., & Djokopranoto (2002). *Prosess Bisnis Outsourcing* Jakarta: PT. Grasindo
- Indrajit, R . E., & Djokopranoto (2003). *Konsep Manajemen Supply Chain: Strategi Mengelola Rantai Pasokan bagi Perusahaan Modern di Indonesia*, Jakarta: PT. Grasindo
- Ivanaj, V. & Franzil, Y. M. (2006). Outsourcing Logistic Activities: a transaction cost economics perspective. *XV Conference International de Management Strategique, Annecy /Geneve*
- Janusz, B. & Yvon, P. (2000). "Flexible workshop: about the concept of flexibility", *International Journal of Agile Management Systems*, 2/1 pp 62-70
- Jari, J. , Jouni, J. & David B . G. (2010). "Service quality & its relation to satisfaction & loyalty in logistics outsourcing relationships", *Journal of Managing Service Quality*, 20 (6), 496-510
- Joseph, B. S . & Joe, B. H. (2009). "Minimizing supply chain disruption risk through enhanced flexibility", *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 39 (5), 404-427
- Junjie, H ., Anthony, T .H.C., & Bing, L . ( 2007) " Logistic service provider in China Current status and future prospects". *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistic* 19 (2), 168-181
- Juan, G. M . (2011). "Understanding cultural influence on price perception: empirical insights from a SEM application", *Journal of Product & Brand Brand Management* pp. 526–540
- Kotler, P. & Armstrong, G. (1994). *Principles of marketing*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall, Inc.

Kotler & Keller, Kevin Lane (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ke-12. Indonesia: PT. Indeks

Kotler & Keller (2009). *Marketing Management*. 13th Edition. Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Education, Inc.

Kumar, S., Qui S.H. & Haggerty, L. N. (2010). "A global supplier selection process for food packaging", *Journal of Manufacturing Technology Management* 22 (2), 241-260

Langley, J., & Capgemini. (2009). *The State of Logistics Outsourcing. Year 2009 third-party logistics*

Leslie, K. D., Robert J. V. & Rhonda, R. L. (2003). A conceptual model of supply chain flexibility. *Industrial management & Data system*, 103/6 pp. 446-456

Lichtenstein, D. R. & Burton, S. (1993). "The relationship between perceived & objective price-quality", *Journal of Marketing Research*, 26 (11), 429-43

Lichtenstein, D. R. (2005). "Price perceptions, merchant incentives, & consumer welfare", *Journal of Product & Brand Management*, 14/6, 357-361

Lovelock, C. & Wirtz, J. (2011). *Services Marketing. People, Technology, Strategy*. Seventh Edition. New Jersey: Pearson Education Inc

Mohan, R. & Sahay, B.S. (2006). "3PL practices: an Indian perspective", *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 36 (9), 666-689

Monroe, K. B. (1980). *Pricing. Making profitable decisions*. New York: McGraw-Hill Publishing Company

Muhidin, S. A. & Abdurrahman, M. (2007). *Analisis Korelasi, Regresi, dan Jalur dalam Penelitian*. Bandung: Pustaka Setia

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry L. L. (1985). "A conceptual model of service quality & its implications for future research", *Journal of Marketing*, 49 (fall), 41-50

Pollack, B. L. (2009). "Linking the hierarchical service quality model to customer Satisfaction & Loyalty", *The Journal Service Marketing*, 23 (1), 42-50

Razzaque A. & Sheng C. (1998). "Outsourcing of Logistic Function: a literature survey" *International Journal of Physical Distribution & Logistic Management*, 28 (2), 89-107

Sahay, B.S. & Ramneesh, M. (2000). "3PL practices: an Indian perspective", *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 36 (9), 666-689

Sameer, K., Qui S. H. & Haggerty, L. N. (2011). "A global supplier selection process for food packaging", *Journal of Manufacturing Technology Management*, 22 (2), 241-260

Shams, R. (2011). "An exploratory study of outsourcing 3PL services: an Australian perspective", *Benchmarking: An International Journal*, 18 (3), 342-358

Sheth, J. N. & Mittal, B. Anwari, (2004). *Customer behavior: a managerial perspective*. Thomson Learning, Amerika

Shong-lee I. S., Britta, G. & Su-Lan, Y. (2011). "Logistic innovation process revisited: insights from a hospital case study", *International Journal of Physical Distribution & Logistic Management*, 41 (6), 577-600

Sohail, M. S., Bhatnagar, R. & Sohal, A. S. (2006). "A comparative study on the use of third party logistics services by Singaporean & Malaysian firms", *International Journal of Physical Distribution & Logistics management*, 36 (9), 690-701

Sugiyono (2008). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Penerbit Alfabeta

Suh, Y. I., Pedersen, P. M. (2010). Participants service quality perceptions of fantasy sports websites: The relationship between service quality, customer satisfaction, attitude, & actual usage. *Sport Marketing Quarterly*, 19 (2), 78-88

Tatsuya, K. (2006). Logistic Innovation Through Outsourcing. *The Japanese Economy*, 33 (3), 91-118

Umit, S. B., Mendibil K., Veronica, M. & Pavel, A. (2005). "Measuring & managing performance in extended enterprise", *International Journal of operation & Production management*, 25 (4), 333-353

Universitas Terbuka (2010). *Pedoman Penulisan Tugas Akhir Program Magister (TAPM)*. Jakarta: Penerbit Universitas Terbuka

Vassilios, P. & Nikitakos, N. (2006). Outsourcing in Shipping Companies State of The Art Review. *Paper presented at the International Conference "Shipping in the era of Social Responsibility"*, Greece, 14-16

Wojowasito, S. (1970). *Kamus Umum Lengkap, Inggris-Indonesia Indonesia-Inggris*. Bandung: Pengarang

Yutian, Fujun, L. & Francis, D. (2008). "An examination of the nature of trust in logistic outsourcing relationship Empirical evidence from China", *Journal of Industrial Management & Data System*, 108 (3), 346-367

Zeithaml, V. A. (1988). "Consumer perceptions of price, quality & value: A means end model & synthesis of evidence", *Journal of Marketing*, 52 (3), 2-22

Zeithaml, Valery A., Bitner, Mary Jo, & Gremler, Dwayne D. (2009). *Services Marketing. Integrating Customer Focus Across the Firm*. Fifth Edition. New York: McGraw – Hill Education



## QUESTIONNAIRE

Dear Sir/Madam.: Third Party Logistic (TPL) Customers

Good day..!  
Hope you are well,

In order to complete my Thesis Magister Management program in Indonesia Open University, herewith I would like to ask you to take a few minutes to fill out this survey. The Thesis title is “ Identification of predictor variables of choosing and loyal to Outsourcing Logistic in Batam, Bintan and Surroundings area”

I do thank you very much for your kind help.

### A. Responder Identity

1. Respondent Name : .....(optional)
2. Company Name : .....
3. Age : .....(Years)
4. Sex : [ ] Female [ ] Male
5. Position : [ ] Staff [ ] Manager  
[ ] Supervisor [ ] General manager  
[ ] Ass. Manager [ ] Others :
- 
6. Sector Industry: [ ] Chemical Industry [ ] Plastic Industry  
[ ] Distribution [ ] Engineering  
Industry  
[ ] Telecommunication Industry [ ] Docking Industry  
[ ] *Consumer goods* Industry [ ] Others:
- 
7. Company Size (Number of Employee) :  
[ ] 25 ~ 100 [ ] 1001 ~ 1500  
[ ] 101 ~ 500 [ ] 1500 up  
[ ] 501 ~ 1000
8. Company Location:  
[ ] Batam/Bintan [ ] Singapore  
[ ] Malaysia [ ] Others :.....

### B. Research Variables

1. Following statements are related to product, service and benefit delivered to you as customer, from Third Party Logistic now you are using.
2. The response alternatives available are start from “Strongly Dis-Agree” up to “Strongly Agree” with 1 up to 10 score.
3. Please put a circle mark on every statement which are most likely appropriate to your opinion.
4. There is no true or false response, it is merely expecting the most fit answer to your own experience.

No	Statement	SDA SA									
<b>PERCEPTION OF PRICE</b>											
1	Reasonable price.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
2	Ease of payment	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
3	Flexible credit term.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
4	Discount offering for early payment etc.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>SERVICE QUALITY : Tangible dimension.</b>											
5	Strategic location of the TPL.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
6	Owned modern facility	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
7	Owned EDI and E-Commerce facility	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
8	Owned CFS Warehouse (container terminal)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>SERVICE QUALITY : Reliability</b>											
9	Accurate documentation	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
10	Short transit time	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
11	Consistency of services	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>SERVICE QUALITY : Responsiveness</b>											
12	Fast response to customer's request	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
13	Owned overseas networks, and world wide service offering	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
14	Consolidation offering	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
15	Express delivery service offering	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
16	Responsive and cooperate staff	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>SERVICE QUALITY : Assurance</b>											
17	Firm's reputation (owned good reputation)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

18	Track and Trace service	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
19	Owned skilled and expert staff	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
20	Owned high standard of service	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
21	Good in-transit process (no damaged)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>SERVICE QUALITY : Empathy</b>											
22	Owned Customer Relationship Management	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
23	Care for customer's needs and interest	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
24	Keep customer's information confidentially	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>FLEXIBILITY</b>											
25	Able to accommodate wide demand of services	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
26	Able to handle wide range of products	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
27	Pack product in-transit to suit individual customer's requirements	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
28	Able to modify and customize products close to customer	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>INNOVATION</b>											
29	Owned continuous improvement	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
30	Owned regular training for employee	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
31	Owned regular customer satisfaction survey	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
32	Owned regular customer purchase analysis	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>REASON OF CHOOSING TPL.</b>											
33	Maximizing company financial benefit.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
34	Keep flexible capacity, in order to accommodate in-house distribution facility limitation	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
35	Focus on company's core competency	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
36	Reduction of risk and liability due to unpredictable breakdown of cost of transportation	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
37	Using LSP's facilities, to increase area of company services	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
38	Using LSP's facilities, to response customer's complaint	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>LOYALTY</b>											
39	With high probability we will continue the relationship with current TPL., as long as possible.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
40	We'll outsource more logistic activities with current TPL., in coming years	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
41	We are likely to recommend our main TPL., to our business partners	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
42	When we bid out other services than the	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

	ones we outsource today, we will consider this LSP. preferentially.										
43	Within our organization, we have recommended preferential consideration of this LSP. for further projects.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>Thank you very much for your willingness to become my respondent</b>											

**UNIVERSITAS TERBUKA**

## KUESIONER

Kepada:  
 Yth. Bapak/Ibu/Saudara/i  
 Sebagai Pelanggan *Third Party Logistic*  
 di  
 Tempat

Semoga Bapak/Ibu/Saudara/i Sehat Selalu!

Dalam rangka penyelesaian tesis saya pada Magister Manajemen Universitas Terbuka, saya memohon dengan hormat kerelaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk meluangkan waktu guna mengisi kuesioner berikut. Judul tesis saya adalah "Identifikasi Variabel-variabel yang menjadi Prediktor Pemilihan dan Kesetiaan pada Penyedia Jasa Alihdaya (*outsourcing*) Logistik di Batam, Bintan dan Sekitarnya"

Atas kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i, saya menyampaikan terima kasih banyak.

### A. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama Responden : \_\_\_\_\_ (tidak harus diisi)

2. Nama Perusahaan : \_\_\_\_\_

3. Usia : \_\_\_\_ tahun

4. Jenis Kelamin : [ ] Perempuan [ ] Laki-laki

5. Jabatan : [ ] Staff [ ] Manager  
 [ ] Supervisor [ ] General manager  
 [ ] Ass. Manager [ ] Lain-lain:

6. Sektor Industri: [ ] Chemical Industry [ ] Plastic Industry  
 [ ] Distribution [ ] Engineering  
 Industry

[ ] Telecommunication Industry [ ] Docking Industry  
 [ ] *Consumer goods* Industry [ ] Lain-lain:

7. Jumlah Pekerja: [ ] 25 - 100 [ ] 1001 - 1500  
 [ ] 101 - 500 [ ] Lebih dari 1500  
 [ ] 501 - 1000

8. Lokasi perusahaan:



[ ] Batam/Bintan [ ] Singapore  
 [ ] Malaysia [ ] Lain-lain:

## B. VARIABEL PENELITIAN

1. Pernyataan-pernyataan di bawah ini berkaitan dengan penyampaian produk, jasa dan manfaat oleh **TPL (Third Party Logistic) yang sekarang** digunakan oleh Bapak/Ibu/Saudara/i sebagai pelanggannya.
2. Alternatif tanggapan yang tersedia untuk tiap pernyataan bergerak dari "Sangat Tidak Setuju" (STS) sampai dengan "Sangat Setuju" (SS), dengan skor bergerak dari 1 sampai dengan 10.
3. Untuk tiap pernyataan, Bapak/Ibu/Saudara/i dimohon untuk **memilih satu alternatif tanggapan yang paling sesuai** menurut Bapak/Ibu/Saudara/i, yaitu dengan cara **melingkari skornya**.
4. **Tidak ada alternatif tanggapan yang benar atau salah.** Tanggapan yang diharapkan adalah yang paling sesuai dengan pengalaman Bapak/Ibu/Saudara/i sendiri.

No	PERNYATAAN	STS										SS
<b>PERSEPSI ATAS HARGA</b>												
1	Harganya wajar	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
2	Pembayarannya mudah	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
3	Jangka waktu pembayaran yang luwes	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
4	Potongan harga karena pembarayan di muka, dipercepat dll.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
<b>KUALITAS LAYANAN: Hal-hal yang Tampak</b>												
5	Lokasi yang strategis TPL	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
6	Fasilitas TPL tergolong modern	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
7	Fasilitas EDI dan E-Commerce TPL cepat	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
8	Memiliki gudang CFS (Container-Freight Station) atau Container Terminal.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
<b>KUALITAS LAYANAN: Reliabilitas</b>												
9	Dokumentasi TPL akurat	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
10	Waktu transit singkat	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
11	Layanan TPL konsisten	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
<b>KUALITAS LAYANAN: Ketanggapan</b>												

12	Cepat tanggap atas permintaan pelanggan	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
13	Memiliki jaringan internasional dan dapat melayani kiriman ke berbagai negara.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
14	Jasa untuk konsolidasi	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
15	Jasa pengiriman ekspres	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
16	Staf yang sigap dan dapat bekerjasama	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>KUALITAS LAYANAN: Jaminan</b>											
17	TPL bereputasi	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
18	Mampu menelusuri kiriman	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
19	Stafnya ahli, terampil	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
20	Standar layanan tinggi	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
21	Proses <i>in-transit</i> (pengangkutan) tergolong baik	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>2KUALITAS LAYANAN: Empati</b>											
22	Memelihara manajemen hubungan dengan pelanggan (Customer Relationship Management).	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
23	Mengetahui kebutuhan dan keinginan pelanggan	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
24	Menjaga dengan baik kerahasiaan data pelanggan	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>KELUWESAN</b>											
25	Cepat melayani berbagai permintaan layanan	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
26	Mampu menangani berbagai macam produk	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
27	Pengepakan sesuai permintaan	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
28	Mampu memodifikasi Produk dan jasa sesuai keinginan pelanggan	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>INOVASI</b>											
29	Memiliki Rencana perbaikan	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
30	Peningkatan skil (keahlian) staf secara reguler	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
31	Survei kepuasan pelanggan secara rutin	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
32	Secara rutin menganalisis pembelian yang dilakukan pelanggan	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>ALASAN PEMILIHAN TPL</b>											
33	Memaksimalkan keuntungan finansial bagi perusahaan	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
34	Memelihara keluwesan kapasitas perusahaan dalam mengakomodir keterbatasan fasilitas <i>in-house</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
35	Fokus pada kompetensi utama perusahaan	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

36	Pengurangan resiko dan kewajiban perusahaan karena ongkos angkut yang tidak bisa diprediksi	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
37	Penggunaan fasilitas TPL untuk memperluas jangkaun layanan perusahaan	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
38	Penggunaan fasilitas TPL agar perusahaan sigap menyelesaikan keluhan pelanggan	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>KESETIAAN</b>											
39	Kemungkinan besar kami akan memperpanjang kontrak logistik dengan TPL yang sekarang	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
40	Kemungkinan besar kami akan memperluas kerjasama logistik dengan TPL yang sekarang.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
41	Kami akan merekomendasikan penggunaan jasa logistik dari TPL yang sekarang kepada pihak lain	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
42	Jika ada layanan logistik lain yang diperlukan, maka kami cenderung untuk memprioritaskan TPL yang sekarang untuk mengajukan penawaran	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
43	Dalam lingkungan perusahaan, kami telah memberikan predikat <i>preferred</i> pada TPL yang sekarang untuk proyek yang akan datang	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>TERIMA KASIH BANYAK ATAS BANTUAN BAPAK/IBU/SAUDARA/I!</b>											

TABULASI DATA VARIABEL PERSEPSI ATAS HARGA (X1) PERNYATAAN 1~4

No Resp.	1	2	3	4	Σ
1	8	7	6	6	27
2	6	7	7	7	27
3	6	7	7	7	27
4	6	6	5	4	21
5	9	8	7	8	32
6	10	9	9	8	36
7	10	9	9	8	36
8	6	8	7	6	27
9	8	7	6	5	26
10	6	5	6	5	22
11	8	4	5	5	22
12	8	8	7	7	30
13	7	7	8	6	28
14	10	9	8	8	35
15	6	6	5	5	22
16	10	10	10	10	40
17	10	9	8	6	33
18	10	10	9	8	37
19	5	5	3	3	16
20	10	8	7	8	33
21	10	10	10	10	40
22	9	8	8	8	33
23	9	8	9	8	34
24	8	6	8	8	30
25	7	7	8	6	28
26	10	10	10	10	40
27	8	8	8	8	32
28	8	9	7	6	30
29	7	6	6	5	24
30	6	6	5	4	21
31	10	10	9	10	39
32	6	6	6	5	23
33	7	6	6	5	24
34	6	5	5	4	20
35	10	10	9	9	38
36	9	6	7	6	28
37	10	10	10	8	38
38	6	6	5	4	21
39	6	6	5	4	21
40	9	8	6	5	28
41	6	7	8	6	27
42	5	5	4	4	17
43	6	7	9	9	31
44	9	8	9	8	34
45	7	6	7	6	26
46	10	10	8	8	36
47	10	9	9	8	36
48	9	10	8	8	35
49	8	8	7	7	31
50	10	10	9	8	37
51	7	7	5	6	25
52	8	9	7	5	29
53	7	7	6	6	26
54	8	6	7	6	27
55	8	8	6	5	27
56	7	6	7	5	25
57	8	6	7	6	27
58	10	9	9	6	34
59	10	10	7	7	34
60	10	10	10	10	40
61	10	10	10	10	40
62	10	6	7	8	31
63	7	6	7	7	27
64	10	10	10	10	40
65	9	9	9	8	35
66	6	5	6	4	21
67	7	6	7	6	26
68	7	6	8	6	27
69	10	8	6	6	30
70	8	7	6	5	26
71	7	8	7	6	28
72	10	10	10	10	40
73	10	10	10	10	40
74	8	6	6	8	28
75	8	8	8	7	31
76	5	3	5	3	16
77	7	8	6	6	27
78	7	6	6	5	24
79	8	9	9	10	36
80	8	7	7	8	30
157	8	8	9	8	33
158	10	9	10	7	36
159	10	10	9	8	37
160	10	10	10	10	40
161	10	8	8	7	33
162	10	10	10	10	40
163	8	9	8	7	32
164	7	8	8	8	31
165	8	9	7	5	29
166	6	6	5	3	20
167	8	9	8	6	31
168	9	7	6	6	28
169	7	7	6	5	25
170	6	5	4	3	18
171	8	6	7	6	27
172	8	7	5	3	23
173	8	8	7	6	29
174	9	7	8	6	30
175	10	9	8	8	35
176	10	10	10	10	40
177	10	10	10	10	40
178	9	8	9	8	34
179	9	8	8	6	31
180	9	8	7	5	29
181	10	10	8	7	35
182	10	10	10	9	39
183	10	10	10	10	40
184	7	7	7	5	27
185	9	8	8	5	31
186	9	8	7	7	31
187	10	10	10	9	39
188	7	6	3	4	20
189	9	9	8	9	35
190	8	8	6	5	27
191	8	8	6	4	26
192	7	7	5	3	22
193	10	9	9	9	37
194	8	9	8	7	32
195	9	9	9	7	34
196	6	5	5	4	20
197	7	6	4	5	22
198	6	6	3	3	18
199	6	6	4	3	19
200	9	7	6	2	24
201	10	9	9	9	37
202	10	10	8	7	35
203	10	10	10	10	40
204	9	10	10	9	38
205	10	10	10	8	38
206	10	10	8	6	34
207	7	7	7	6	27
208	10	9	8	8	35
209	9	8	8	6	31
210	7	6	5	3	21
211	7	8	7	5	27
212	9	8	9	8	34
213	10	10	10	10	40
214	8	8	6	4	26
215	10	10	10	10	40
216	10	10	10	7	37
217	9	8	8	6	31
218	7	7	7	8	29
219	9	9	8	5	31
220	8	8	8	6	30
221	8	6	6	3	23
222	9	9	9	4	31
223	9	8	9	8	34
224	10	10	10	10	40
225	7	8	6	5	26
226	8	9	10	8	35
227	8	8	6	5	27
228	9	9	7	4	29
229	7	7	6	3	23
230	7	8	8	7	30
231	8	8	7	2	25
232	10	9	8	5	32
233	8	8	5	2	23
234	9	9	7	4	29
235	7	6	5	3	21
236	10	9	8	5	32

TABULASI DATA VARIABEL PERSEPSI ATAS HARGA (X1) PERNYATAAN 1~4

No Resp.	1	2	3	4	Σ
81	10	10	7	9	36
82	10	9	9	9	37
83	9	9	5	5	28
84	9	6	6	7	28
85	10	9	7	9	35
86	6	7	7	6	26
87	9	8	6	9	32
88	8	7	5	4	24
89	8	7	6	6	27
90	8	8	7	6	29
91	9	8	7	10	34
92	7	6	5	4	22
93	10	9	9	8	36
94	8	8	6	5	27
95	10	10	10	10	40
96	6	5	5	4	20
97	10	9	9	8	36
98	6	5	5	4	20
99	8	5	8	7	28
100	7	7	4	6	24
101	9	8	6	7	30
102	8	7	8	6	29
103	7	6	6	4	23
104	10	10	10	9	39
105	10	10	10	6	36
106	8	9	8	8	33
107	10	8	9	6	33
108	7	7	5	6	25
109	8	6	6	5	25
110	9	9	8	7	33
111	7	6	6	6	25
112	7	6	6	5	24
113	10	8	8	7	33
114	10	10	10	10	40
115	10	10	10	10	40
116	10	8	7	7	32
117	10	9	9	8	36
118	7	7	8	5	27
119	9	8	7	7	31
120	10	9	9	7	35
121	10	10	10	10	40
122	9	8	6	6	29
123	8	10	8	8	34
124	8	7	6	6	28
125	6	6	5	3	20
126	10	9	9	6	34
127	6	6	6	3	23
128	9	7	5	3	24
129	6	5	4	3	18
130	7	5	3	3	21
131	6	4	4	3	17
132	7	6	6	5	24
133	7	7	7	4	25
134	9	8	8	6	31
135	10	9	9	6	34
136	10	10	10	10	40
137	7	7	7	5	26
138	10	9	8	9	36
139	9	7	8	6	30
140	9	8	8	6	31
141	10	9	9	7	35
142	10	10	10	10	40
143	9	8	7	7	31
144	10	10	9	7	36
145	7	7	6	6	26
146	7	7	7	7	28
147	9	9	7	7	32
148	10	10	10	9	39
149	8	7	7	6	28
150	10	10	7	5	32
151	10	10	7	8	35
152	10	8	9	8	35
153	7	6	3	3	19
154	7	6	5	5	23
155	6	6	5	3	20
156	9	8	7	5	29

No Resp.	1	2	3	4	Σ
237	9	8	9	5	31
238	9	8	9	9	35
239	9	9	9	7	34
240	10	10	10	8	38
241	10	10	9	8	37
242	9	8	9	8	34
243	10	8	6	5	29
244	7	6	6	4	23
245	10	9	7	6	32
246	9	9	8	7	33
247	6	7	7	6	26
248	8	9	7	5	29
249	9	8	7	8	32
250	10	10	10	10	40
251	7	6	6	4	23
252	9	8	9	5	31
253	8	8	6	7	29
254	10	10	10	8	38
255	6	6	4	2	18
256	10	10	6	7	33
257	10	9	8	8	35
258	10	10	10	10	40
259	7	6	5	5	23
260	6	6	5	5	22
261	6	7	8	7	28
262	9	8	6	7	30
263	10	5	5	5	24
264	8	8	6	4	26
265	8	8	6	4	26
266	9	7	4	4	24
267	8	8	7	6	29
268	5	6	6	6	23
269	7	5	4	4	20
270	7	7	5	3	22
271	7	7	5	3	22
272	8	6	5	5	24
273	7	6	5	3	21
274	9	9	7	4	29
275	7	6	7	8	28
276	9	9	7	5	30
277	9	8	9	7	33
278	6	6	4	3	19
279	7	7	7	5	26
280	10	10	7	7	34
281	10	10	10	10	40
282	6	7	7	7	27
283	7	6	6	5	24
284	10	10	8	8	36
285	10	10	10	10	40
286	7	6	3	4	20
287	9	7	6	4	26
288	9	9	7	4	29
289	10	8	8	6	32
290	6	5	5	5	21
291	10	9	8	6	33
292	9	10	9	5	33
293	10	6	6	4	26
294	9	5	6	5	25
295	8	7	8	7	30
296	6	5	4	2	17
297	6	4	5	3	18
298	8	6	6	6	26
299	9	6	6	5	26
300	9	9	7	5	30
301	10	10	10	8	38
302	9	8	8	8	33
303	10	10	10	10	40
304	9	8	8	4	29
305	7	4	4	4	19
306	8	8	8	4	28
307	8	6	5	4	23
308	8	7	7	6	28
309	7	6	6	5	24
310	10	10	10	7	37
311	6	5	5	4	20
312	7	7	3	4	21









TABULASI DATA VARIABEL KELUWESAN (X3) PERNYATAAN 25~28

No Resp.	25	26	27	28	Σ
1	8	8	8	7	31
2	9	6	6	6	27
3	7	6	8	6	27
4	8	7	9	10	34
5	7	10	7	7	31
6	7	7	7	10	31
7	5	5	5	10	25
8	7	8	6	5	26
9	9	8	6	6	29
10	9	8	8	10	35
11	8	7	6	6	27
12	8	10	10	8	36
13	9	6	8	8	31
14	9	10	10	8	37
15	7	6	7	5	25
16	10	9	9	9	37
17	10	9	9	9	37
18	9	8	8	8	33
19	7	7	6	5	25
20	10	10	8	8	36
21	10	10	9	10	39
22	7	8	9	7	31
23	8	9	9	7	33
24	8	9	9	7	33
25	8	6	7	4	25
26	9	9	10	9	37
27	7	8	9	7	31
28	6	10	9	9	34
29	6	8	8	8	30
30	9	10	10	8	37
31	10	10	10	8	38
32	5	9	9	5	28
33	7	7	7	7	28
34	8	8	9	8	33
35	6	9	9	5	29
36	9	9	7	6	31
37	9	9	9	9	36
38	5	5	8	5	23
39	7	3	5	4	19
40	6	8	9	9	32
41	5	8	9	9	31
42	3	5	5	7	20
43	5	9	9	9	32
44	7	8	7	7	29
45	8	6	6	5	25
46	10	9	9	9	37
47	5	10	10	10	35
48	6	6	6	4	22
49	8	8	8	8	32
50	8	8	8	5	29
51	8	7	8	3	26
52	8	8	8	6	30
53	8	8	8	3	27
54	6	8	6	6	26
55	6	6	6	8	26
56	8	8	8	5	29
57	7	7	8	5	27
58	7	7	8	8	30
59	10	9	8	8	35
60	8	8	8	10	34
61	6	6	6	10	28
62	3	7	8	3	21
63	7	7	7	7	28
64	3	10	10	10	33
65	6	6	9	5	26
66	7	6	7	6	26
67	9	9	9	9	36
68	10	10	6	6	32
69	10	10	10	10	40
70	9	9	9	8	35
71	8	9	9	7	33
72	8	8	9	9	34
73	9	9	9	10	37
74	3	7	7	7	24
75	3	3	7	5	18
76	7	7	5	4	23
77	6	8	8	8	30
78	8	8	7	9	32
79	10	10	10	6	36
80	7	7	7	9	30

No Resp.	25	26	27	28	Σ
157	8	9	9	8	34
158	8	10	8	8	34
159	8	9	7	9	33
160	6	10	9	5	30
161	8	6	8	4	26
162	9	10	10	9	38
163	7	9	10	8	34
164	8	8	8	8	32
165	5	10	8	6	29
166	4	6	7	6	23
167	10	10	10	10	40
168	5	10	9	9	33
169	5	10	10	7	32
170	5	5	4	3	17
171	7	10	7	4	28
172	5	5	4	4	18
173	7	10	8	8	33
174	8	10	7	8	33
175	8	8	5	6	27
176	8	7	9	7	31
177	10	9	9	8	36
178	9	10	8	8	35
179	9	10	9	9	37
180	8	7	5	6	26
181	9	10	10	10	39
182	8	10	7	7	32
183	8	8	8	8	32
184	4	8	7	5	24
185	7	7	7	7	28
186	7	7	8	8	30
187	9	8	8	8	33
188	5	5	8	3	21
189	9	10	9	9	37
190	8	8	8	8	32
191	5	10	8	6	29
192	4	6	7	6	23
193	10	10	10	10	40
194	5	10	9	9	33
195	5	10	10	7	32
196	4	3	3	4	14
197	7	10	7	4	28
198	5	5	4	8	22
199	7	5	6	6	24
200	4	5	4	5	18
201	3	7	5	6	21
202	7	7	9	7	30
203	10	9	9	8	36
204	9	10	10	10	39
205	8	8	9	9	34
206	8	7	5	6	26
207	7	6	7	4	24
208	3	10	7	8	28
209	8	8	8	8	32
210	4	8	7	5	24
211	7	7	7	7	28
212	7	7	8	8	30
213	9	8	8	8	33
214	5	5	8	3	21
215	10	10	10	10	40
216	8	8	10	8	34
217	8	7	5	6	26
218	9	10	10	6	35
219	6	10	7	10	33
220	8	8	8	8	32
221	4	8	7	5	24
222	10	10	6	7	33
223	7	7	8	8	30
224	9	8	8	8	33
225	5	5	8	3	21
226	8	8	10	10	36
227	8	8	8	8	32
228	5	10	8	6	29
229	4	6	7	6	23
230	10	10	10	10	40
231	5	10	9	9	33
232	5	10	10	7	32
233	6	6	5	4	21
234	7	10	7	4	28
235	6	5	4	7	22
236	7	10	8	8	33

TABULASI DATA VARIABEL KELUWESAN (X3) PERNYATAAN 25~28

No Resp.	25	26	27	28	$\Sigma$	No Resp.	25	26	27	28	$\Sigma$
81	8	8	8	6	30	237	4	5	6	5	20
82	9	10	9	10	38	238	8	7	5	6	26
83	7	8	7	7	29	239	7	7	9	7	30
84	8	9	7	5	29	240	10	9	9	8	36
85	9	10	10	6	35	241	10	10	10	10	40
86	8	8	8	7	31	242	10	10	10	10	40
87	7	10	10	10	37	243	8	7	5	6	26
88	6	6	6	6	24	244	9	10	10	6	35
89	6	5	8	5	24	245	6	10	7	10	33
90	5	7	8	4	24	246	8	8	8	8	32
91	8	8	8	8	32	247	4	8	7	5	24
92	4	4	7	7	19	248	3	10	6	7	26
93	5	7	7	7	26	249	7	7	8	8	30
94	3	10	7	7	27	250	9	8	8	8	33
95	8	4	10	8	30	251	5	5	8	3	21
96	5	8	7	5	25	252	6	8	5	7	26
97	9	10	6	6	31	253	8	8	8	7	31
98	5	4	4	3	16	254	3	10	9	8	30
99	5	7	7	6	25	255	9	9	9	8	35
100	7	7	7	6	27	256	8	8	8	8	32
101	9	10	5	5	29	257	8	9	7	9	33
102	7	8	9	4	28	258	6	10	9	5	30
103	6	8	6	7	27	259	3	10	8	4	25
104	10	10	10	10	40	260	9	10	10	9	38
105	9	9	9	8	35	261	7	9	10	8	34
106	5	7	8	5	25	262	8	8	8	8	32
107	5	10	8	6	29	263	5	10	8	6	29
108	6	7	7	7	27	264	4	6	7	6	23
109	5	10	8	3	26	265	6	6	7	9	28
110	9	9	10	6	34	266	5	3	5	4	17
111	7	7	7	4	25	267	5	5	4	7	21
112	6	8	6	6	26	268	9	4	5	4	22
113	8	8	8	9	33	269	7	10	7	4	28
114	10	10	10	10	40	270	4	6	4	6	20
115	10	10	10	8	38	271	5	3	4	5	17
116	5	9	10	7	31	272	5	4	3	5	17
117	10	10	10	10	40	273	8	7	5	6	26
118	8	8	9	8	33	274	8	8	8	7	31
119	9	10	10	8	37	275	10	9	9	8	36
120	7	9	9	9	34	276	10	10	8	8	36
121	10	9	10	10	39	277	9	9	9	9	36
122	7	6	6	7	26	278	8	7	5	6	26
123	8	8	8	8	32	279	7	7	8	6	28
124	5	10	8	6	29	280	6	10	7	8	31
125	4	5	4	4	17	281	8	8	8	8	32
126	10	8	8	10	36	282	4	8	7	5	24
127	5	6	8	9	28	283	3	10	7	8	28
128	5	6	5	7	23	284	7	7	8	8	30
129	3	3	2	2	10	285	9	8	8	8	33
130	7	10	7	4	28	286	5	5	8	3	21
131	3	3	3	2	11	287	10	10	8	8	36
132	7	6	6	5	24	288	8	8	8	8	32
133	5	6	7	8	26	289	5	10	8	6	29
134	6	7	5	6	24	290	4	6	7	6	23
135	8	8	9	7	32	291	10	10	10	10	40
136	10	9	9	8	36	292	5	10	9	9	33
137	6	6	8	8	28	293	5	10	10	7	32
138	7	10	8	8	33	294	6	4	4	4	18
139	8	10	7	8	33	295	7	10	7	4	28
140	8	7	5	6	26	296	2	4	2	1	9
141	8	8	9	7	32	297	7	5	5	8	25
142	10	9	9	8	36	298	6	5	7	5	23
143	9	10	8	8	35	299	7	7	7	7	28
144	8	8	8	8	32	300	8	8	8	7	31
145	8	7	5	6	26	301	10	9	9	8	36
146	10	10	9	9	38	302	8	8	8	8	32
147	10	10	7	8	35	303	3	10	7	8	28
148	8	8	8	8	32	304	3	10	7	8	28
149	4	8	7	5	24	305	5	3	6	4	18
150	6	6	8	9	29	306	9	10	7	8	34
151	7	7	8	8	30	307	8	8	8	8	32
152	9	8	8	8	33	308	4	8	7	5	24
153	5	5	8	3	21	309	9	10	6	7	32
154	6	6	5	7	24	310	7	7	8	8	30
155	8	8	7	8	31	311	9	8	8	8	33
156	3	9	9	8	29	312	5	5	8	5	23

TABULASI DATA VARIABEL INOVASI (X4) PERNYATAAN 29~32

No Resp.	29	30	31	32	Σ
1	6	6	7	6	25
2	7	6	5	5	23
3	7	6	7	7	27
4	7	7	5	4	23
5	6	5	6	7	24
6	5	4	4	5	18
7	8	9	9	5	31
8	8	9	6	6	29
9	8	9	7	6	30
10	7	8	5	7	27
11	8	8	7	7	30
12	10	7	10	9	36
13	8	7	8	7	30
14	8	8	9	9	34
15	7	7	7	4	25
16	8	7	8	9	32
17	7	6	8	9	30
18	9	9	8	8	34
19	8	9	8	6	31
20	8	8	8	8	32
21	9	6	6	6	27
22	8	6	7	7	28
23	7	6	7	7	27
24	8	6	7	7	28
25	5	3	8	8	24
26	10	10	10	10	40
27	8	6	7	7	28
28	5	5	7	5	22
29	6	6	8	4	24
30	9	9	7	8	33
31	9	9	10	8	36
32	8	9	9	7	33
33	7	7	9	9	32
34	8	9	8	9	34
35	8	5	9	7	29
36	7	8	9	4	28
37	9	9	9	4	31
38	6	5	8	5	24
39	7	4	7	7	25
40	8	8	8	8	32
41	8	8	8	6	30
42	6	7	5	5	23
43	6	8	6	6	26
44	6	7	7	6	26
45	8	8	8	8	32
46	5	5	8	3	21
47	10	5	10	5	30
48	6	6	8	5	25
49	8	8	6	6	28
50	8	8	6	6	28
51	8	8	6	6	28
52	8	8	6	6	28
53	5	5	8	7	25
54	7	6	5	5	23
55	6	6	7	8	27
56	7	7	7	3	24
57	7	7	7	3	24
58	8	8	8	8	32
59	10	10	6	6	32
60	10	10	10	10	40
61	10	10	10	10	40
62	6	8	8	3	25
63	7	7	7	7	28
64	9	9	9	9	36
65	8	8	10	9	35
66	9	9	9	9	36
67	9	6	9	7	31
68	6	6	6	6	24
69	10	9	9	9	37
70	7	6	7	8	28
71	7	7	8	8	30
72	9	9	9	9	36
73	10	10	10	9	39
74	6	3	7	7	23
75	9	7	7	7	30
76	5	5	3	4	17
77	6	5	7	7	25
78	9	7	8	6	30
79	10	10	7	9	36
80	8	8	7	7	30

No Resp.	29	30	31	32	Σ
157	10	10	7	8	35
158	5	8	8	4	25
159	10	9	8	8	35
160	5	5	8	8	26
161	7	6	8	7	28
162	9	9	10	10	38
163	10	7	8	9	34
164	8	8	9	8	33
165	8	8	6	6	28
166	6	5	5	3	19
167	6	6	9	8	29
168	8	6	7	5	26
169	7	8	8	9	32
170	7	5	6	5	23
171	9	9	7	9	34
172	7	7	5	5	24
173	7	7	7	5	26
174	8	7	7	5	27
175	9	7	8	8	32
176	10	10	10	8	38
177	10	10	10	10	40
178	10	10	10	9	39
179	8	8	8	8	32
180	9	9	10	10	38
181	10	8	6	8	32
182	7	10	10	8	35
183	7	8	8	8	31
184	7	8	5	6	26
185	7	8	8	8	31
186	7	6	6	6	25
187	10	10	10	10	40
188	5	8	8	5	27
189	8	8	6	9	31
190	8	8	6	9	31
191	8	8	6	6	28
192	6	5	4	5	20
193	9	9	7	8	33
194	5	3	4	4	16
195	10	8	7	7	32
196	5	4	3	2	14
197	8	8	7	5	28
198	6	5	6	5	22
199	5	4	3	4	16
200	4	5	5	4	18
201	6	6	4	5	21
202	7	7	8	9	31
203	8	8	8	6	30
204	10	10	9	8	37
205	10	10	10	9	39
206	6	7	8	9	30
207	10	8	8	5	31
208	10	9	10	8	37
209	10	10	10	10	40
210	8	8	6	6	28
211	7	8	8	8	31
212	9	8	9	8	34
213	10	10	9	9	38
214	7	7	8	5	27
215	10	10	10	8	38
216	10	9	8	8	35
217	8	8	7	6	29
218	6	6	6	5	23
219	10	10	10	10	40
220	8	8	8	8	32
221	8	8	5	6	27
222	8	7	8	6	29
223	9	7	8	8	32
224	9	8	8	9	34
225	6	7	7	5	25
226	9	9	7	7	32
227	8	8	8	8	32
228	8	8	7	9	32
229	7	6	7	4	24
230	9	9	9	10	37
231	8	9	9	6	32
232	7	6	5	7	25
233	7	5	6	5	23
234	8	8	8	6	30
235	8	9	8	10	35
236	5	5	6	5	21

TABULASI DATA VARIABEL INOVASI (X4) PERNYATAAN 29~32

No Resp.	29	30	31	32	Σ
81	8	7	5	6	26
82	10	6	6	9	31
83	8	7	7	7	29
84	9	8	8	7	32
85	10	9	9	8	36
86	10	8	9	6	33
87	7	7	6	8	28
88	10	8	8	7	33
89	9	9	9	8	35
90	7	8	7	5	27
91	8	8	6	6	28
92	8	4	7	7	26
93	10	10	8	5	33
94	7	7	7	6	27
95	10	10	10	10	40
96	6	6	6	5	23
97	7	8	8	6	29
98	3	3	4	4	14
99	7	4	8	8	27
100	6	5	5	5	21
101	10	9	8	5	32
102	8	7	7	6	28
103	7	6	7	7	27
104	10	10	10	10	40
105	10	8	8	6	32
106	6	6	6	7	25
107	7	8	8	6	29
108	7	6	8	6	27
109	6	6	7	7	26
110	8	8	9	9	34
111	8	8	8	9	33
112	8	6	8	8	30
113	8	7	6	6	27
114	8	9	9	9	35
115	10	10	9	10	39
116	8	4	7	8	27
117	10	10	10	7	37
118	8	8	8	8	32
119	9	9	7	8	33
120	7	6	8	8	29
121	10	10	10	10	40
122	8	5	9	7	29
123	8	8	9	9	34
124	5	7	6	6	24
125	7	5	7	4	23
126	9	9	9	8	35
127	8	6	6	5	26
128	7	5	7	7	26
129	7	5	6	5	23
130	5	7	6	5	23
131	8	9	8	7	32
132	5	5	6	5	21
133	6	6	7	5	24
134	6	6	10	8	30
135	7	7	8	7	29
136	8	8	8	8	32
137	10	9	8	10	37
138	5	5	6	5	21
139	6	6	7	5	24
140	6	6	10	8	30
141	10	10	8	7	35
142	8	8	8	8	32
143	8	8	8	8	32
144	8	8	8	8	32
145	6	6	10	8	30
146	10	6	6	5	27
147	7	10	10	8	35
148	8	8	8	8	32
149	5	8	5	6	24
150	6	6	6	6	24
151	9	8	9	8	34
152	9	8	8	9	34
153	5	7	8	5	25
154	6	7	7	5	25
155	8	7	7	7	29
156	9	9	8	9	35

No Resp.	29	30	31	32	Σ
237	6	6	7	5	24
238	6	7	10	10	33
239	10	10	9	7	36
240	9	9	10	8	36
241	10	10	10	9	39
242	10	10	10	10	40
243	7	5	6	8	26
244	8	8	8	7	31
245	9	8	8	8	33
246	8	8	8	8	32
247	5	8	5	6	24
248	7	7	7	8	29
249	7	9	9	8	33
250	9	8	8	9	34
251	5	3	4	5	17
252	6	8	7	8	29
253	7	7	7	7	28
254	9	9	8	8	34
255	9	9	7	8	33
256	5	5	8	4	22
257	9	8	8	9	34
258	5	5	8	8	26
259	7	6	8	8	29
260	9	9	10	10	38
261	8	5	9	7	29
262	8	8	8	8	32
263	5	6	6	6	23
264	5	5	7	4	23
265	9	9	9	8	35
266	6	6	6	5	23
267	5	5	5	4	19
268	7	5	4	5	21
269	5	6	5	4	20
270	10	7	8	6	31
271	7	7	6	5	25
272	6	6	5	6	23
273	6	6	6	8	26
274	8	8	8	7	31
275	8	8	8	8	32
276	10	10	10	9	39
277	9	9	9	9	36
278	6	6	10	8	30
279	7	8	8	5	28
280	6	10	10	8	34
281	9	8	8	8	33
282	6	8	6	6	26
283	6	7	7	6	26
284	9	8	8	8	33
285	9	8	8	9	34
286	9	9	8	7	33
287	8	8	8	8	32
288	8	8	8	8	32
289	9	9	6	6	30
290	7	9	7	4	27
291	9	9	9	8	35
292	8	6	7	5	26
293	9	9	7	7	32
294	7	9	6	9	31
295	9	7	6	5	27
296	7	7	8	10	32
297	9	9	6	5	29
298	9	9	7	5	30
299	7	10	10	8	35
300	7	8	8	7	30
301	8	8	8	8	32
302	8	8	8	8	32
303	6	10	8	8	32
304	6	10	10	8	34
305	7	6	6	5	24
306	6	10	10	8	34
307	8	8	8	8	32
308	8	9	9	6	32
309	9	7	8	6	30
310	9	8	9	8	34
311	9	8	8	9	34
312	8	7	8	8	31



TABULASI DATA VARIABEL PEMILIHAN PENYEDIA JASA (Y1) PERNYATAAN 33~38

No Resp.	33	34	35	36	37	38	Σ	No Resp.	33	34	35	36	37	38	Σ
1	6	7	9	10	10	8	50	157	8	9	9	9	6	7	48
2	5	5	5	7	10	9	41	158	5	8	8	9	10	10	50
3	5	5	5	7	9	9	40	159	9	8	9	8	8	9	51
4	8	8	9	8	7	7	47	160	10	9	9	10	8	9	55
5	7	5	5	7	10	9	43	161	8	6	8	8	10	6	46
6	9	7	8	8	7	9	48	162	10	9	9	9	8	9	54
7	10	10	10	10	7	5	52	163	9	6	7	9	8	8	47
8	6	7	8	3	8	7	39	164	9	8	8	8	7	7	47
9	6	7	8	5	8	7	41	165	7	8	8	8	9	6	46
10	8	8	7	6	7	9	45	166	5	4	4	6	10	6	35
11	7	6	6	6	7	8	40	167	9	8	8	9	9	8	51
12	10	8	8	10	8	9	53	168	6	7	8	8	10	7	46
13	9	8	8	9	7	8	49	169	9	6	8	8	10	7	48
14	10	10	10	10	9	8	57	170	6	5	6	5	10	7	39
15	5	6	6	6	9	7	39	171	7	7	7	7	10	9	47
16	10	9	10	10	8	10	57	172	5	6	5	7	10	5	38
17	10	9	10	8	9	10	56	173	5	6	8	8	8	8	43
18	9	8	7	7	10	10	51	174	6	7	8	7	10	6	44
19	3	7	8	8	5	7	38	175	8	10	7	8	8	8	49
20	8	8	8	10	8	9	51	176	8	8	9	8	10	9	51
21	9	9	10	10	8	9	55	177	8	10	9	10	10	9	56
22	8	8	9	9	5	7	46	178	8	8	9	10	8	9	52
23	8	9	9	8	9	8	51	179	8	10	9	10	8	9	54
24	8	9	9	8	9	8	51	180	8	10	7	8	10	8	51
25	7	7	7	9	10	9	49	181	7	8	8	9	10	7	49
26	10	9	9	10	10	10	58	182	10	10	8	8	8	8	52
27	8	8	9	9	10	7	51	183	8	9	9	9	8	9	52
28	7	9	8	9	10	8	51	184	7	6	6	6	9	8	42
29	7	8	8	8	8	8	47	185	7	8	8	7	10	7	47
30	10	8	10	9	9	9	55	186	8	8	8	7	9	8	48
31	9	9	8	10	8	9	53	187	9	8	9	9	10	9	54
32	9	9	10	9	8	9	54	188	9	8	8	5	4	10	40
33	9	10	9	9	10	9	56	189	10	5	8	10	10	10	53
34	8	9	9	8	10	9	53	190	9	8	8	8	10	7	50
35	9	10	8	9	9	9	54	191	7	8	8	8	10	6	47
36	6	7	7	8	7	10	45	192	5	4	4	6	8	6	33
37	7	9	9	9	10	9	53	193	9	8	8	9	10	8	52
38	5	6	9	8	7	6	41	194	6	7	8	8	8	7	44
39	8	4	6	7	7	7	39	195	9	6	8	8	10	7	48
40	7	8	9	9	8	10	51	196	6	5	5	5	4	8	33
41	6	9	9	9	6	7	48	197	7	7	7	7	4	9	41
42	6	5	6	5	7	5	34	198	5	7	6	7	6	8	39
43	7	9	8	8	7	7	46	199	5	6	8	8	4	8	39
44	8	8	8	7	10	7	48	200	6	7	8	7	5	6	39
45	3	8	8	5	7	6	40	201	8	10	7	8	10	8	51
46	8	8	8	8	9	8	49	202	8	8	9	8	8	8	49
47	5	5	10	10	9	10	49	203	8	10	9	10	8	9	54
48	8	6	8	8	10	7	47	204	8	8	9	10	10	9	54
49	6	7	8	8	10	7	46	205	8	10	9	9	10	9	55
50	6	9	9	9	10	10	53	206	8	10	7	8	8	8	49
51	6	7	8	8	5	7	42	207	7	8	8	9	8	7	47
52	6	7	8	8	8	7	44	208	10	10	8	8	9	8	53
53	8	8	8	8	8	7	46	209	8	9	9	9	10	9	54
54	7	9	8	8	5	8	45	210	7	6	6	6	9	8	42
55	8	9	8	8	9	8	50	211	7	8	8	7	10	7	47
56	7	7	8	8	9	7	46	212	8	8	8	7	10	8	49
57	7	7	8	8	10	7	47	213	9	8	9	9	10	9	54
58	8	7	7	10	10	7	49	214	9	8	5	4	10	4	40
59	6	7	8	8	10	7	46	215	8	8	9	10	10	9	54
60	10	10	9	10	10	6	55	216	8	8	9	10	8	9	52
61	10	8	10	9	8	10	55	217	8	10	7	8	10	8	51
62	6	7	5	8	9	7	42	218	7	8	8	9	8	7	47
63	7	8	7	7	8	5	42	219	10	10	8	8	10	8	54
64	9	8	10	9	10	9	55	220	8	8	9	9	8	9	51
65	9	8	8	8	10	9	52	221	7	10	6	6	6	8	43
66	5	9	5	5	9	3	36	222	7	10	8	7	7	7	46
67	8	8	8	7	7	8	46	223	8	8	8	7	9	8	48
68	6	6	6	8	10	9	45	224	9	10	9	9	9	9	55
69	9	10	9	8	7	10	53	225	9	9	5	4	8	4	39
70	8	8	8	8	7	8	47	226	10	6	8	10	6	10	50
71	8	8	8	8	8	8	48	227	9	8	8	8	7	7	47
72	9	9	10	10	8	10	56	228	7	8	8	8	10	6	47
73	9	10	9	10	7	10	55	229	5	8	4	6	8	6	37
74	7	7	7	7	7	7	42	230	9	8	8	9	9	8	51
75	7	6	7	7	10	7	44	231	6	7	8	8	9	7	45
76	3	5	6	8	7	5	34	232	9	6	8	8	9	7	47
77	8	9	5	8	9	8	47	233	6	5	6	5	8	7	37
78	8	6	5	7	9	7	42	234	7	7	7	7	6	9	43
79	6	9	8	9	10	8	50	235	5	6	5	7	7	5	35
80	3	5	8	8	10	9	43	236	5	6	8	8	10	8	45

TABULASI DATA VARIABEL PEMILIHAN PENYEDIA JASA (Y1) PERNYATAAN 33~38

No Resp.	33	34	35	36	37	38	Σ
81	6	10	5	7	10	9	47
82	9	10	8	10	5	10	52
83	9	6	7	6	8	8	44
84	10	5	7	10	8	5	45
85	8	9	9	10	5	9	50
86	7	6	8	7	9	9	46
87	9	6	6	10	9	10	50
88	5	5	7	10	10	10	47
89	9	5	6	8	10	10	48
90	9	9	9	7	10	5	49
91	6	8	7	9	10	9	49
92	6	5	5	6	8	6	36
93	5	9	8	10	9	9	50
94	8	5	7	6	8	6	40
95	10	10	9	10	7	9	55
96	5	5	5	8	5	8	36
97	10	10	10	8	5	10	53
98	4	5	7	10	3	6	35
99	8	8	7	8	8	9	48
100	7	6	7	7	8	7	42
101	5	10	8	10	10	10	53
102	10	8	9	10	8	5	50
103	8	8	7	6	8	6	43
104	8	8	9	10	10	9	54
105	8	8	8	8	10	8	50
106	7	8	7	10	8	7	47
107	6	7	9	6	8	10	46
108	6	7	7	8	9	8	45
109	7	5	8	3	10	10	43
110	9	9	9	10	9	10	56
111	8	5	6	9	10	8	46
112	8	8	8	6	6	8	44
113	9	6	6	8	10	9	48
114	10	10	10	10	8	9	57
115	10	9	10	8	10	9	56
116	9	7	6	7	8	8	45
117	9	10	8	9	8	10	54
118	8	9	9	9	8	7	50
119	8	9	9	9	10	7	52
120	9	9	10	10	9	8	55
121	8	10	10	10	8	10	56
122	9	6	7	9	4	8	43
123	9	8	8	8	8	7	48
124	7	8	8	8	4	6	41
125	5	5	4	6	5	6	31
126	9	3	8	9	7	8	49
127	6	7	8	8	3	7	39
128	9	6	8	8	3	7	41
129	6	5	6	5	4	7	33
130	7	7	7	7	4	9	41
131	5	6	5	7	4	5	32
132	5	6	8	8	4	8	39
133	6	7	8	7	5	6	39
134	8	10	7	8	10	8	51
135	8	8	9	8	8	8	49
136	8	10	9	10	8	9	54
137	5	8	5	7	10	5	40
138	5	10	8	8	10	8	49
139	6	10	8	7	8	6	45
140	8	8	7	8	8	8	47
141	8	10	9	8	9	8	52
142	8	9	9	10	10	9	55
143	8	6	9	10	9	9	51
144	8	8	9	10	10	9	54
145	8	8	7	8	10	8	49
146	7	8	8	9	10	7	49
147	10	8	8	8	10	8	52
148	8	9	9	9	10	9	54
149	7	7	6	6	8	8	42
150	7	7	8	7	10	7	46
151	8	9	8	7	8	8	48
152	9	9	9	9	10	9	55
153	9	5	5	4	4	4	31
154	7	5	8	7	7	8	42
155	7	8	7	8	3	8	41
156	9	9	9	9	6	7	49

No Resp.	33	34	35	36	37	38	Σ
237	6	7	8	7	8	6	42
238	8	10	7	8	9	8	50
239	8	8	9	8	9	8	50
240	8	10	9	10	9	9	55
241	8	8	9	10	8	9	52
242	8	10	9	10	8	9	54
243	8	10	7	8	6	8	47
244	7	8	8	9	7	7	46
245	10	10	8	8	9	8	53
246	8	9	9	9	9	9	53
247	7	6	6	6	8	8	41
248	7	8	8	7	6	7	43
249	8	8	8	7	7	8	46
250	9	8	9	9	10	9	54
251	9	8	5	4	8	4	38
252	7	5	8	7	9	8	44
253	7	8	7	8	9	8	47
254	9	9	9	9	9	7	52
255	8	9	9	9	8	7	50
256	5	8	8	9	6	10	46
257	9	8	9	8	7	9	50
258	10	10	9	10	10	9	58
259	8	6	8	8	8	6	44
260	10	8	10	10	9	9	56
261	9	6	7	9	9	8	48
262	8	8	8	8	9	7	48
263	7	8	8	8	8	6	45
264	5	7	6	7	7	7	36
265	9	8	8	9	7	8	49
266	6	7	8	8	3	7	39
267	6	6	8	8	3	7	41
268	7	5	8	5	4	8	37
269	7	7	7	7	4	9	41
270	5	8	6	6	4	5	34
271	5	6	8	8	4	8	39
272	6	7	8	7	5	6	39
273	8	3	7	8	8	8	42
274	8	8	9	8	6	8	47
275	8	8	9	10	7	9	51
276	8	8	9	10	9	9	53
277	8	8	9	10	9	9	53
278	8	3	7	8	8	8	42
279	7	3	8	9	6	7	40
280	10	7	8	8	7	8	48
281	8	9	9	9	10	9	54
282	7	7	6	6	8	8	42
283	7	7	8	7	9	7	45
284	8	9	8	7	9	8	49
285	9	9	9	9	9	9	54
286	9	5	5	4	8	4	35
287	10	5	8	10	6	10	49
288	8	8	8	8	7	7	46
289	7	8	8	8	10	6	47
290	5	4	4	6	8	6	33
291	9	8	8	9	9	8	51
292	6	7	8	8	9	7	45
293	9	6	8	8	9	7	47
294	6	5	6	5	8	7	37
295	7	7	7	7	4	9	41
296	4	6	4	7	4	7	32
297	5	6	8	8	4	8	39
298	6	7	8	7	5	6	39
299	8	3	7	8	8	8	42
300	8	8	9	8	6	8	47
301	8	8	9	10	7	9	51
302	8	8	9	10	9	9	53
303	8	8	9	10	9	9	53
304	8	3	7	8	8	8	42
305	7	3	8	9	6	7	40
306	10	7	8	8	7	8	48
307	8	9	9	9	10	9	54
308	7	7	6	6	8	8	42
309	7	7	8	7	9	7	45
310	8	9	8	7	9	8	49
311	9	9	9	9	9	9	54
312	9	5	5	4	8	4	35

TABULASI DATA VARIABEL KESETIAAN (Y2) PERNYATAAN 39~43

No Resp.	39	40	41	42	43	Σ
1	9	10	10	8	9	46
2	8	8	8	6	6	36
3	8	8	8	6	6	36
4	9	7	7	8	9	40
5	8	8	8	6	6	36
6	7	10	10	9	9	45
7	10	9	10	10	10	49
8	10	10	9	9	10	48
9	10	9	9	10	8	46
10	8	5	8	7	9	37
11	8	6	8	9	8	39
12	10	10	10	10	10	50
13	6	7	8	8	7	36
14	9	10	10	10	9	48
15	7	8	9	8	9	41
16	9	10	10	9	10	48
17	9	10	10	9	10	48
18	10	9	7	7	8	41
19	9	8	8	9	8	42
20	8	8	7	10	9	42
21	10	9	9	10	10	48
22	7	8	8	8	8	39
23	8	8	8	8	9	41
24	8	8	8	8	9	41
25	9	9	9	9	9	45
26	9	10	10	10	10	49
27	7	8	8	8	8	39
28	8	9	8	9	9	43
29	8	7	7	8	8	38
30	10	10	10	10	10	50
31	8	8	8	9	8	41
32	8	9	10	9	9	45
33	10	10	10	10	10	50
34	9	10	10	9	8	46
35	9	8	10	9	9	45
36	8	6	10	8	8	40
37	8	10	10	9	10	47
38	8	8	8	5	5	34
39	7	7	7	8	8	37
40	6	5	5	5	8	29
41	5	5	5	5	8	28
42	5	5	6	4	5	25
43	7	7	7	7	8	36
44	8	8	7	8	6	37
45	8	6	9	6	5	35
46	8	8	8	8	8	40
47	10	10	10	10	10	50
48	8	8	8	8	8	40
49	7	7	6	7	6	33
50	10	10	10	10	10	50
51	8	8	8	8	8	40
52	7	7	6	7	6	33
53	7	8	8	7	7	37
54	8	8	7	8	8	39
55	5	8	7	8	8	39
56	7	7	6	7	8	35
57	7	7	6	7	8	35
58	7	7	7	6	6	33
59	7	7	6	7	6	33
60	9	10	7	9	7	42
61	10	10	10	10	10	50
62	6	7	8	6	8	35
63	7	7	7	8	6	35
64	7	9	10	10	9	45
65	6	9	9	8	8	40
66	10	8	10	3	8	39
67	9	9	9	9	9	45
68	9	9	9	8	8	43
69	10	9	9	9	9	46
70	9	9	8	8	8	42
71	8	8	8	8	8	40
72	8	7	8	10	10	43
73	10	10	9	9	10	48
74	4	4	7	7	7	29
75	7	5	6	7	7	32
76	4	5	6	4	5	24
77	8	8	8	8	7	39
78	6	8	10	7	7	38
79	8	7	7	8	9	39
80	8	8	8	7	7	38

No Resp.	39	40	41	42	43	Σ
157	9	10	10	10	8	47
158	8	10	10	10	10	48
159	10	9	9	9	8	45
160	9	7	9	8	8	41
161	8	7	9	8	8	40
162	10	10	10	10	10	50
163	9	10	10	7	7	43
164	7	10	8	8	8	41
165	6	5	5	5	8	29
166	7	3	7	5	7	29
167	10	10	10	9	8	47
168	7	9	9	8	9	42
169	9	10	10	10	10	49
170	8	9	9	10	9	45
171	9	10	10	9	9	47
172	6	7	6	7	8	34
173	8	9	8	9	9	43
174	8	9	10	9	10	46
175	9	8	9	9	7	41
176	8	8	9	9	9	43
177	9	9	9	9	8	44
178	9	9	9	9	9	45
179	9	9	9	9	9	45
180	9	8	9	8	7	41
181	9	10	10	5	10	44
182	9	10	10	10	10	49
183	8	8	8	6	8	38
184	8	9	7	7	7	35
185	8	8	8	7	7	33
186	7	8	9	8	9	41
187	10	10	9	8	10	47
188	8	5	6	8	6	33
189	10	3	9	10	8	40
190	7	10	8	8	8	41
191	6	5	5	5	8	29
192	7	3	7	5	7	29
193	10	10	10	9	8	47
194	7	9	9	8	9	42
195	9	10	10	10	10	49
196	8	9	9	10	9	45
197	9	10	10	9	9	47
198	6	7	6	7	8	34
199	8	9	8	9	9	43
200	8	9	10	9	10	46
201	9	8	9	8	7	41
202	8	8	9	9	9	43
203	9	9	9	9	8	44
204	9	9	9	9	9	45
205	9	9	9	9	9	45
206	9	8	9	8	7	41
207	9	10	10	5	10	44
208	9	10	10	10	10	49
209	8	8	8	6	8	38
210	8	6	7	7	7	35
211	5	6	8	7	7	33
212	7	8	9	8	9	41
213	10	10	9	8	10	47
214	8	5	6	8	6	33
215	9	9	9	9	9	45
216	9	9	9	9	9	45
217	9	8	9	8	7	41
218	9	10	10	5	10	44
219	9	9	9	9	10	46
220	8	8	8	6	8	38
221	8	6	7	7	7	35
222	5	6	8	7	7	33
223	7	8	9	8	9	41
224	10	10	9	8	10	47
225	8	5	6	8	6	33
226	10	3	9	10	8	40
227	7	10	8	8	8	41
228	6	5	5	5	8	29
229	7	3	7	5	7	29
230	10	10	10	9	8	47
231	7	9	9	8	9	42
232	9	10	10	10	10	49
233	8	9	9	10	9	45
234	9	10	10	9	9	47
235	6	7	6	7	8	34
236	8	9	8	9	9	43

TABULASI DATA VARIABEL KESETIAAN (Y2) PERNYATAAN 39~43

No Resp.	39	40	41	42	43	Σ
81	9	10	9	9	8	45
82	9	10	8	9	7	43
83	5	7	7	8	7	34
84	5	7	10	8	5	35
85	10	10	10	9	10	49
86	10	7	8	5	4	34
87	4	4	8	9	7	32
88	7	10	8	7	7	39
89	10	10	10	10	10	50
90	7	6	4	5	8	30
91	8	8	8	6	7	37
92	7	6	6	6	5	30
93	9	10	9	9	4	41
94	6	7	8	9	8	38
95	10	10	10	10	10	50
96	8	7	8	7	6	36
97	10	5	10	10	5	40
98	10	8	9	7	6	40
99	9	9	9	9	10	46
100	7	7	7	7	7	35
101	8	7	9	9	7	40
102	9	9	9	9	9	45
103	9	9	7	7	8	40
104	9	10	8	9	10	46
105	9	9	9	9	9	45
106	10	10	10	10	6	46
107	10	6	3	10	3	32
108	7	6	7	7	7	34
109	10	10	10	10	10	50
110	10	10	10	8	8	46
111	6	7	9	7	8	37
112	6	8	6	8	6	34
113	8	9	9	9	9	44
114	9	10	10	10	10	49
115	10	10	10	10	10	50
116	8	6	9	8	7	38
117	10	10	10	10	10	50
118	9	10	10	10	8	47
119	9	10	10	10	8	47
120	10	8	9	9	10	46
121	10	10	3	8	8	39
122	9	10	10	7	7	43
123	7	10	8	8	8	41
124	6	5	5	5	8	29
125	7	3	7	5	7	29
126	10	10	10	9	8	47
127	7	9	9	8	9	42
128	9	10	10	10	10	49
129	8	9	9	10	9	45
130	9	10	10	9	9	47
131	6	7	6	7	8	34
132	8	9	8	9	9	43
133	8	9	10	9	10	46
134	9	8	9	8	7	41
135	8	8	9	9	9	43
136	9	9	9	9	8	44
137	6	7	6	7	8	34
138	8	9	8	9	9	43
139	8	9	10	9	10	46
140	9	8	9	8	7	41
141	8	8	9	9	9	43
142	9	9	9	9	8	44
143	9	9	9	9	9	45
144	9	9	9	9	9	45
145	9	8	9	8	7	41
146	9	10	10	5	10	44
147	9	10	10	10	10	49
148	8	8	8	6	8	38
149	8	6	7	7	7	35
150	5	6	8	7	7	33
151	7	8	9	8	9	41
152	10	10	9	8	10	47
153	8	5	6	8	6	33
154	6	7	6	7	5	31
155	7	7	9	7	7	37
156	9	10	10	10	9	48

No Resp.	39	40	41	42	43	Σ
237	8	9	10	9	10	46
238	9	8	9	8	7	41
239	8	8	9	9	9	43
240	9	9	9	9	8	44
241	9	9	9	9	9	45
242	9	9	9	9	9	45
243	9	8	9	8	7	41
244	9	10	10	5	10	44
245	9	9	10	10	10	48
246	8	8	8	6	8	38
247	8	6	7	7	7	35
248	5	6	8	7	7	33
249	7	8	9	8	9	41
250	10	10	9	8	10	47
251	8	5	6	8	6	33
252	6	7	6	7	5	31
253	7	7	9	7	7	37
254	9	10	10	10	9	48
255	9	10	10	10	8	47
256	8	10	10	10	10	48
257	10	9	9	9	8	45
258	9	7	9	8	8	41
259	8	7	9	8	8	40
260	10	10	10	10	10	50
261	9	10	10	7	7	43
262	7	10	8	8	8	41
263	5	5	5	5	8	29
264	7	3	7	5	7	29
265	10	10	10	9	8	47
266	7	9	9	8	9	42
267	9	10	10	10	10	49
268	8	9	9	10	9	45
269	9	10	10	9	9	47
270	6	7	6	7	8	34
271	8	9	8	9	9	43
272	8	9	10	9	10	46
273	9	8	9	8	7	41
274	8	8	9	9	9	43
275	9	9	9	9	8	44
276	9	9	9	9	9	45
277	9	9	9	9	9	45
278	9	8	9	8	7	41
279	9	10	10	5	10	44
280	9	9	9	9	9	45
281	8	8	8	6	8	38
282	8	6	7	7	7	35
283	5	6	8	7	7	33
284	7	8	9	8	9	41
285	10	10	9	8	10	47
286	8	5	6	8	6	33
287	10	3	9	10	8	40
288	7	10	8	8	3	36
289	6	5	5	5	8	29
290	7	3	7	5	7	29
291	10	10	10	9	8	47
292	7	9	9	8	9	42
293	9	10	10	10	10	49
294	8	9	9	10	9	45
295	9	10	10	9	9	47
296	6	7	6	7	8	34
297	8	9	8	9	9	43
298	8	9	10	9	10	46
299	9	8	9	8	7	41
300	8	8	9	9	9	43
301	9	9	9	9	8	44
302	9	9	9	9	9	45
303	9	9	9	9	9	45
304	9	8	9	8	7	41
305	9	10	10	5	10	44
306	9	10	10	10	10	49
307	8	8	8	6	8	38
308	8	6	7	7	7	35
309	5	6	8	7	7	33
310	7	8	9	8	9	41
311	10	10	9	8	10	47
312	8	5	6	8	6	33

```

REGRESSION /DESCRIPTIVES MEAN STDDEV CORR SIG N /MISSING
LISTWISE /STATISTICS COEFF OUTS CI(95) R ANOVA COLLIN TOL CHANGE
ZPP /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10) /NOORIGIN /DEPENDENT Y1
/METHOD=ENTER X1 X2 X3 X4 /SCATTERPLOT=( *SRESID , *ZPRED)
/RESIDUALS DURBIN HIST(ZRESID) NORM(ZRESID).

```

## Regression

		Notes
	Output Created	20-Jan-2012 04:37:12
	Comments	
Input	Data	D:\UT\Thesis Final Data\suro\Revisi 2011 regression\Hasil angket\DATA MENTAH\RAW DATA REGRESII.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	312
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on cases with no missing values for any variable used.
	Syntax	REGRESSION /DESCRIPTIVES MEAN STDDEV CORR SIG N /MISSING LISTWISE /STATISTICS COEFF OUTS CI(95) R ANOVA COLLIN TOL CHANGE ZPP/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)/NOORIGIN/DEPENDENT Y1/METHOD=ENTER X1 X2 X3 X4/SCATTERPLOT=( *SRESID , *ZPRED)/RESIDUALS DURBIN HIST(ZRESID) NORM(ZRESID).
Resources	Processor Time	0:00:02.121
	Elapsed Time	0:00:02.251
	Memory Required	2324 bytes
	Additional Memory Required for Residual Plots	888 bytes

[DataSet1] D:\UT\Thesis Final Data\suro\Revisi 2011  
 regression\Hasil angket\DATA MENTAH\RAW DATA REGRESII5.sav

### Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Pemilihan Penyedia Jasa	46.8654	6.03909	312
Persepsi atas Harga	29.6763	6.21488	312
Kualitas Layanan	40.3045	6.25042	312
Keluwesasan	29.5385	5.81868	312
Inovasi	29.6827	5.27312	312

### Correlations

		Pemilihan Penyedia Jasa	Persepsi atas Harga	Kualitas Layanan
Pearson Correlation	Pemilihan Penyedia Jasa	1.000	.765	.835
	Persepsi atas Harga	.765	1.000	.617
	Kualitas Layanan	.835	.617	1.000
	Keluwesasan	.761	.603	.664
	Inovasi	.608	.480	.496
Sig. (1-tailed)	Pemilihan Penyedia Jasa	.	.000	.000
	Persepsi atas Harga	.000	.	.000
	Kualitas Layanan	.000	.000	.
	Keluwesasan	.000	.000	.000
	Inovasi	.000	.000	.000
N	Pemilihan Penyedia Jasa	312	312	312
	Persepsi atas Harga	312	312	312
	Kualitas Layanan	312	312	312
	Keluwesasan	312	312	312
	Inovasi	312	312	312



## Correlations

		Keluwesasan	Inovasi
Pearson Correlation	Pemilihan Penyedia Jasa	.761	.608
	Persepsi atas Harga	.603	.480
	Kualitas Layanan	.664	.496
	Keluwesasan	1.000	.519
	Inovasi	.519	1.000
Sig. (1-tailed)	Pemilihan Penyedia Jasa	.000	.000
	Persepsi atas Harga	.000	.000
	Kualitas Layanan	.000	.000
	Keluwesasan	.	.000
	Inovasi	.000	.
N	Pemilihan Penyedia Jasa	312	312
	Persepsi atas Harga	312	312
	Kualitas Layanan	312	312
	Keluwesasan	312	312
	Inovasi	312	312

## Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Inovasi, Persepsi atas Harga, Keluwesasan, Kualitas Layanan <sup>a</sup>		Enter

a. All requested variables entered.

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.918 <sup>a</sup>	.844	.842	2.40364

a. Predictors: (Constant), Inovasi, Persepsi atas Harga, Keluwesan, Kualitas Layanan

b. Dependent Variable: Pemilihan Penyedia Jasa

#### ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	9568.659	4	2392.165	414.050	.000 <sup>a</sup>
	Residual	1773.688	307	5.777		
	Total	11342.346	311			

a. Predictors: (Constant), Inovasi, Persepsi atas Harga, Keluwesan, Kualitas Layanan

b. Dependent Variable: Pemilihan Penyedia Jasa

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.896	.969		10.214	.000
	Persepsi atas Harga	.289	.030	.298	9.661	.000
	Kualitas Layanan	.424	.032	.439	13.362	.000
	Keluwesan	.230	.034	.221	6.737	.000
	Inovasi	.152	.032	.133	4.805	.000

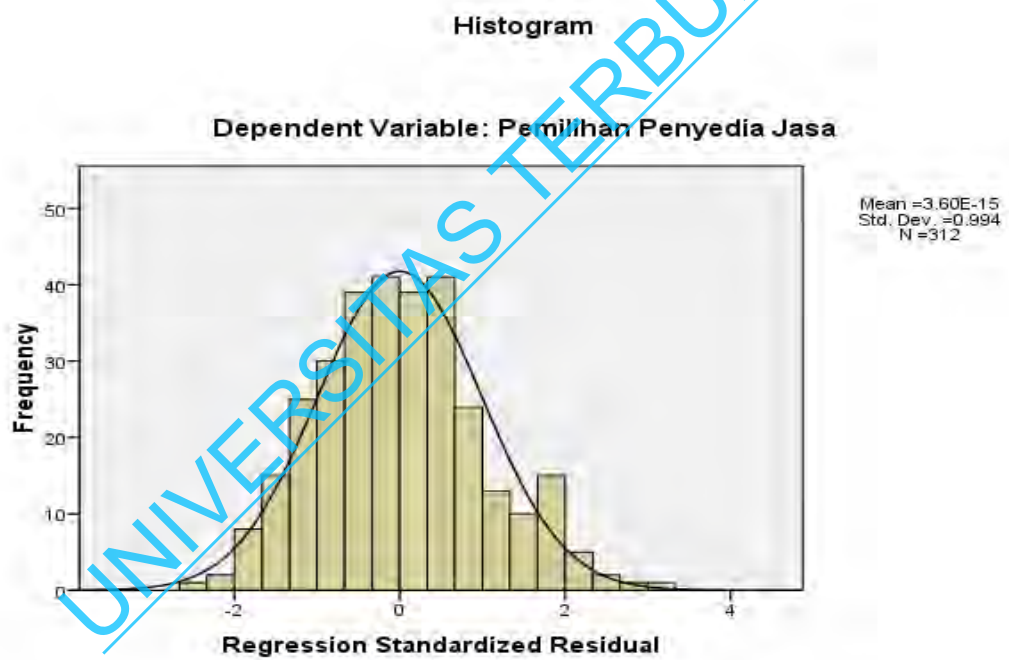
a. Dependent Variable: Pemilihan Penyedia Jasa

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Persepsi atas Harga	.536	1.866
	Kualitas Layanan	.472	2.118
	Keluwesannya	.472	2.117
	Inovasi	.668	1.497

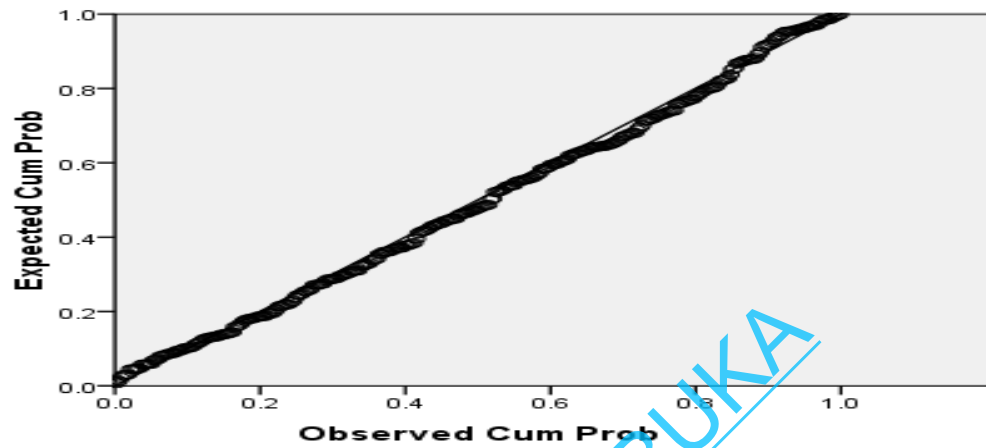
a. Dependent Variable: Pemilihan Penyedia Jasa

## Charts



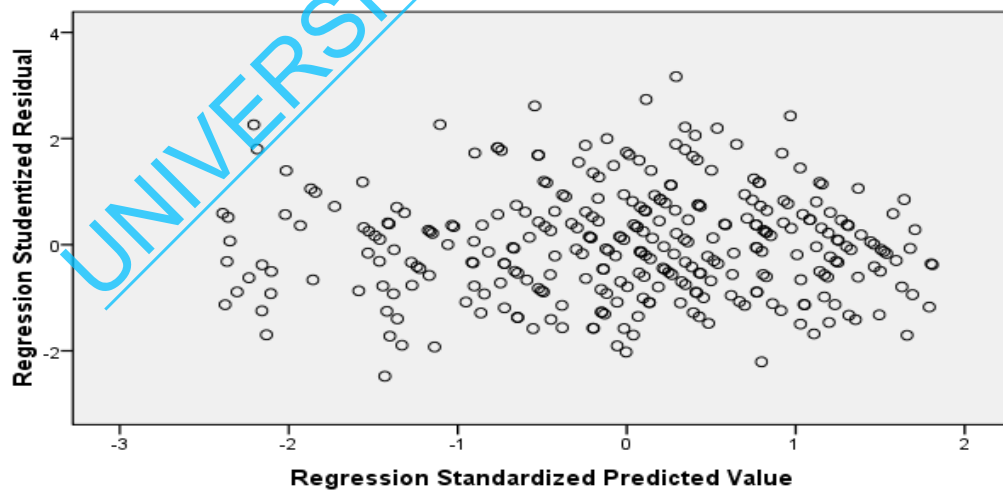
### Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Pemilihan Penyedia Jasa



### Scatterplot

Dependent Variable: Pemilihan Penyedia Jasa



```
GET FILE='D:\UT\Thesis Final Data\suro\Revisi 2011 regression\Hasil
angket\DATA MENTAH\RAW DATA REGRESII Opsi5.sav'. REGRESSION /DESCRIPTIVES
MEAN STDDEV CORR SIG N /MISSING LISTWISE /STATISTICS COEFF OUTS CI(95) R
ANOVA COLLIN TOL CHANGE ZPP /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10) /NOORIGIN
/DEPENDENT Y2 /METHOD=ENTER X1 X2 X3 X4 /SCATTERPLOT=(*SRESID ,*ZPRED)
/RESIDUALS DURBIN HIST(ZRESID) NORM(ZRESID).
```

## Regression

		Notes
	Output Created	21-Jan-2012 08:50:04
	Comments	
Input	Data	D:\UT\Thesis Final Data\suro\Revisi 2011 regression\Hasil angket\DATA MENTAH\RAW DATA REGRESII.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	312
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on cases with no missing values for any variable used.
	Syntax	REGRESSION/DESCRIPTIVES MEAN STDDEV CORR SIG N /MISSING LISTWISE/STATISTICS COEFF OUTS CI(95) R ANOVA COLLIN TOL CHANGE ZPP/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)/NOORIGIN/DEPENDENT Y2/METHOD=ENTER X1 X2 X3 X4/SCATTERPLOT=(*SRESID ,*ZPRED)/RESIDUALS DURBIN HIST(ZRESID) NORM(ZRESID).
Resources	Processor Time	0:00:01.825
	Elapsed Time	0:00:02.250
	Memory Required	2324 bytes
	Additional Memory Required for Residual Plots	888 bytes

[DataSet1] D:\UT\Thesis Final Data\suro\Revisi 2011 regression\Hasil  
angket\DATA MENTAH\RAW DATA REGRESII.sav

## Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Kesetiaan	41.0833	5.84963	312
Persepsi atas Harga	29.6763	6.21488	312
Kualitas Layanan	40.3045	6.25042	312
Keluwesasan	29.5385	5.81868	312
Inovasi	29.6827	5.27312	312

## Correlations

		Kesetiaan	Persepsi atas Harga	Kualitas Layanan
Pearson Correlation	Kesetiaan	1.000	.376	.392
	Persepsi atas Harga	.376	1.000	.617
	Kualitas Layanan	.392	.617	1.000
	Keluwesasan	.403	.603	.664
	Inovasi	.342	.480	.496
Sig. (1-tailed)	Kesetiaan	.	.000	.000
	Persepsi atas Harga	.000	.	.000
	Kualitas Layanan	.000	.000	.
	Keluwesasan	.000	.000	.000
	Inovasi	.000	.000	.000
N	Kesetiaan	312	312	312
	Persepsi atas Harga	312	312	312
	Kualitas Layanan	312	312	312
	Keluwesasan	312	312	312
	Inovasi	312	312	312



## Correlations

		Keluwesanan	Inovasi
Pearson Correlation	Kesetiaan	.403	.342
	Persepsi atas Harga	.603	.480
	Kualitas Layanan	.664	.496
	Keluwesanan	1.000	.519
	Inovasi	.519	1.000
Sig. (1-tailed)	Kesetiaan	.000	.000
	Persepsi atas Harga	.000	.000
	Kualitas Layanan	.000	.000
	Keluwesanan	.	.000
	Inovasi	.000	.
N	Kesetiaan	312	312
	Persepsi atas Harga	312	312
	Kualitas Layanan	312	312
	Keluwesanan	312	312
	Inovasi	312	312

## Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Inovasi, Persepsi atas Harga, Keluwesanan, Kualitas Layanan <sup>a</sup>	.	Enter

a. All requested variables entered.

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.462 <sup>a</sup>	.213	.203	5.22196

a. Predictors: (Constant), Inovasi, Persepsi atas Harga, Keluwesan, Kualitas Layanan

b. Dependent Variable: Kesetiaan

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2270.297	4	567.574	20.814	.000 <sup>a</sup>
	Residual	8371.536	307	27.269		
	Total	10641.833	311			

a. Predictors: (Constant), Inovasi, Persepsi atas Harga, Keluwesan, Kualitas Layanan

b. Dependent Variable: Kesetiaan

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	23.160	2.105		11.003	.000
	Persepsi atas Harga	.121	.065	.129	1.860	.064
	Kualitas Layanan	.129	.069	.138	1.874	.062
	Keluwesasan	.171	.074	.170	2.307	.022
	Inovasi	.137	.069	.124	2.001	.046

a. Dependent Variable: Kesetiaan

Coefficients<sup>a</sup>

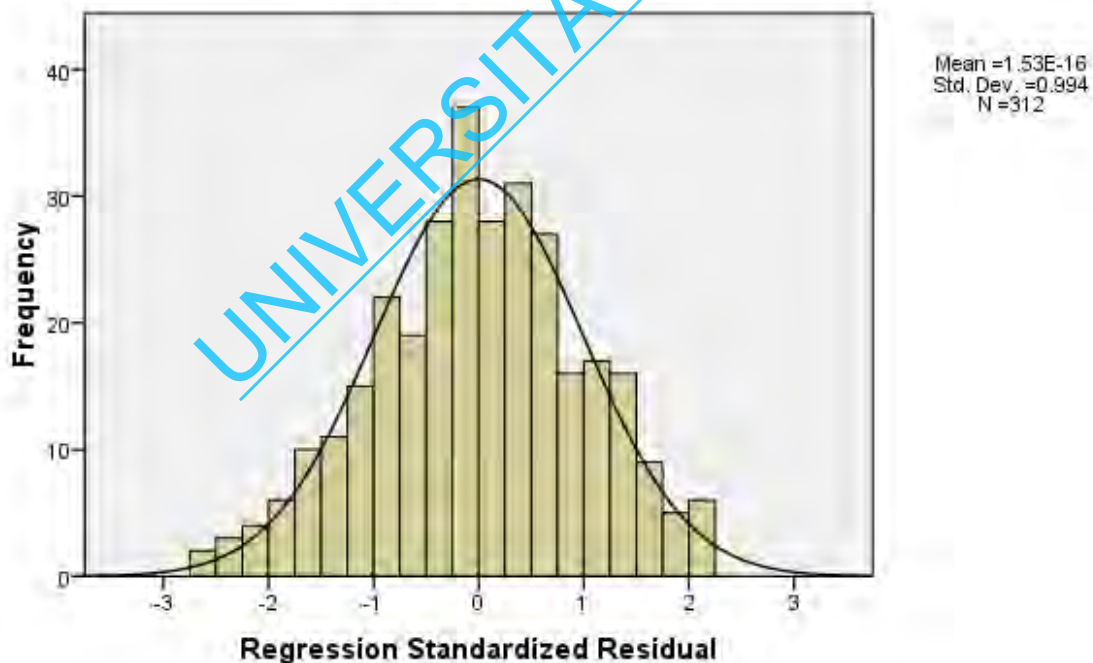
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Persepsi atas Harga	.536	1.866
	Kualitas Layanan	.472	2.118
	Keluwesanan	.472	2.117
	Inovasi	.668	1.497

a. Dependent Variable: Kesetiaan

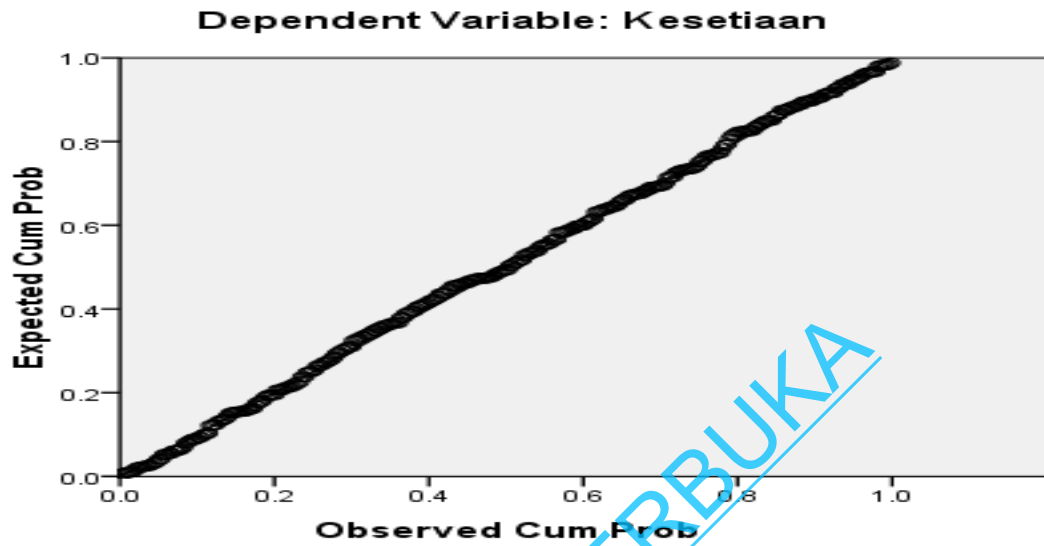
## Charts

Histogram

Dependent Variable: Kesetiaan



### Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



### Scatterplot

