

**PERILAKU KONSUMEN JASA MODA
TRANSPORTASI KERETA API
(studi pada Mahasiswa Migran dari Jakarta di
Universitas Brawijaya Malang)**

JURNAL ILMIAH

Disusun Oleh :

Faradila Ariantisyah Prilyanda

115020101111047



**JURUSAN ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
MALANG
2015**

LEMBAR PENGESAHAN PENULISAN ARTIKEL JURNAL

Artikel Jurnal dengan judul :

**PERILAKU KONSUMEN JASA MODA TRANSPORTASI KERETA API
(STUDI PADA MAHASISWA MIGRAN DARI JAKARTA DI UNIVERSITAS BRAWIJAYA
MALANG)**

Yang disusun oleh :

Nama : FARADILLA ARIANTISYAH PRILYANDA
NIM : 115020101111047
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jurusan : S1 Ilmu Ekonomi

Bahwa artikel Jurnal tersebut dibuat sebagai *persyaratan ujian skripsi* yang dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 6 November 2015.

Malang, 6 November 2015

Dosen Pembimbing,



Dr. Susilo, SE, MS

NIP. 19601030 198601 1 001

**Perilaku Konsumen Jasa Moda Transportasi Kereta Api
(Studi pada Mahasiswa Migran dari Jakarta di Universitas Brawijaya Malang)
Faradilla Ariantisyah Prilyanda
Dr. Susilo SE., ME
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang
fprilyanda@gmail.com**

ABSTRAK

Transportasi secara umum mempunyai pengaruh besar terhadap perorangan, masyarakat pembangunan ekonomi, dan sosial politik suatu negara. Maka dari itu transportasi harus di tata dalam 1 sistem transportasi nasional secara terpadu, dan mampu mewujudkan tersedianya jasa transportasi yang serasi dengan tingkat kebutuhan pelayanan yang aman, nyaman, cepat, tepat, teratur dan tentunya dengan biaya yang terjangkau oleh daya beli masyarakat. Untuk itu, perlu dikembangkan dengan memperhitungkan karakteristik dan keunggulan moda yang bersangkutan dalam kaitannyadengan jenis dan volum yang diangkut serta jarak tempuh yang harus dilayani. Salah satu jenis moda transportasi yang dapat memenuhi persyaratan atau kriteria-kriteria itu adalah Kereta Api. Saat ini banyak pelajar-pelajar di seluruh Indonesia terutama pelajar yang berasal dari Jakarta yang bermigrasi kedaerah-daerah, dengan salah satu tujuan di Kota Malang. Migrasi terjadi karna adanya faktor daya tarik yang terdapat di kota tersebut. Faktor daya tarik dari Kota Malang salah satunya adalah pendidikan. Migrasi yang dilakukan para pelajar ke Kota Malang berdampak pada sistem transportasi yang pada daerah tersebut, sehingga terjadinya permintaan penawaran. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor apa yang mempengaruhi perilaku konsumen permintaan jasa moda transportasi kereta api pada mahasiswa migrant yang berasal dari Jakarta di Univesitas Brawijaya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa bagi mahasiswa migrant yang berasal dari Jakarta, seluruh kebutuhan akan transportasi perjalanan sangat berpengaruh terhadap harga tiket jasa kereta api dan peningkatan kualitas pelayanan. Karena dapat kita ketahui bahwa pelayanan yang baik akan menciptakan peluang yang antusias terhadap konsumen (mahasiswa).

Kata kunci : Perilaku Konsumen, Permintaan, Migrasi, Transportasi

A. PENDAHULUAN

Transportasi secara umum mempunyai pengaruh besar terhadap perorangan, masyarakat pembangunan ekonomi, dan sosial politik suatu negara. Pengangkutan merupakan sarana dan prasarana bagi pembangunan ekonomi negara yang bisa mendorong lajunya pertumbuhan ekonomi (*Rate of Growth*). Dalam era globalisasi sekarang ini sektor transportasi merupakan sarana yang sangat penting dan strategis dalam meperlancar roda perekonomian serta mempengaruhi semua aspek kehidupan. Pentingnya transportasi tersebut tercermin semakin meningkatnya kebutuhan akan jasa angkutan, mobilitas orang serta barang dari dan ke seluruh pelosok tanah air (Kamaludin, 2003 : 20).

Pergerakan dan perjalanan adalah hasil dari kebutuhan manusia untuk bergerak dari satu tempat ke tempat lain untuk berbagai aktivitasnya, oleh karena itu Rothemberg menyatakan bahwa "*mobility is the life of modern society*". Pergerakan ini memiliki ciri yang berbeda-beda tergantung dari perbedaan maksud dan tujuan, modal transportasi yang digunakan, serta waktu dilakukannya pergerakan (Tamin, 1997), sehingga menghasilkan profil pergerakan yang berbeda bagi setiap individunya dan berpotensi sebagai penyebab timbulnya berbagai permasalahan kota, diantaranya adalah permasalahan mengenai jasa transportasi.

Sesuai dengan undang-undang RI No. 23 tahun 2007 tentang Perkeretaapian, transportasi mempunyai peranan penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi, pengembangan wilayah dan pemersatu wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia dalam rangka mewujudkan wawasan nusantara, serta memperkuat ketahanan nasional dalam usaha mencapai tujuan nasional berdasarkan Pancasila dan Undang-undang Dasar Negara Republik Indonesia tahun 1945.

Permintaan jasa transportasi tidak berdiri sendiri, melainkan tersembunyi dibalik kepentingan yang lain. Permintaan akan jasa angkutan, baru akan timbul apabila ada alasan untuk melakukan suatu perjalanan, misalnya keinginan untuk rekreasi, keinginan untuk ke sekolah atau untuk berbelanja, keinginan untuk menengok keluarga yang sakit, dan sebagainya. Pada dasarnya permintaan dan pemilihan pemakai jasa transportasi di pengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu sifat –sifat dari muatan (*physical characteristics*), determinan harga jasa angkutan itu sendiri, harga jasa angkutan lain, tingkat pendapatan (*users*), karakteristik dan lain-lain (M.Nur Nasution, 2004). Hal ini menyebabkan timbulnya berbagai moda, antara lain : Kereta Api, Pesawat, Bis, dan lain-lain.

Maka transportasi harus di tata dalam 1 sistem transportasi nasional secara terpadu, dan mampu mewujudkan tersedianya jasa transportasi yang serasi dengan tingkat kebutuhan pelayanan yang aman, nyaman, cepat, tepat, teratur dan tentunya dengan biaya yang terjangkau oleh daya beli masyarakat. Untuk itu, perlu dikembangka dengan memperhitungkan karakteristik dan keunggulan moda yang bersangkutan dalam kaitannyadengan jenis dan volum yang diangkut serta jarak tempuh yang harus dilayani. Salah satu jenis moda transportasi yang dapat memenuhi persyaratan atau kriteria-kriteria itu adalah Kereta Api.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas tetang salah satu transportasi yang dapat memenuhi syarat adalah kereta api. Saat ini, angkutan kereta api hanya dilayani oleh PT. (Persero) Kereta Api Indonesia, sebuah perusahaan BUMN, yang mempunyai peran penting dalam meningkatkan jumlah permintaan. Untuk mencapai tujuan itu, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhinya, diantaranya harga tiket kereta api, harga tiket transportasi lain, pelayanan, fasilitas, karakteristik demografis dan tingkat pendapatan. Oleh karena itu, setiap daerah yang berpotensi untuk dijadikan lintas kereta api akan dikelola oleh PT. Kereta Api, contohnya adalah Kota Malang yang menjadi tujuan besar para Mahasiswa Migran untuk melanjutkan studi di Kota Malang.

Pendidikan merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia saat ini. Dalam memenuhi kebutuhan akan pendidikan khususnya pendidikan formal, individu rela meninggalkan daerah asal dalam kurun waktu sementara (migrasi) untuk kepentingan pendidikan atau bersekolah yang lebih tinggi di suatu daerah. Dalam artian, individu pergi dari kota asal untuk mencari kesempatan yang lebih baik daripada di daerah asalnya. Untuk menunjang hal tersebut maka dibutuhkan sistem transportasi yang tepat untuk melakukan suatu pergerakan atau mobilitas sebagai sarana penunjang untuk bergerak.

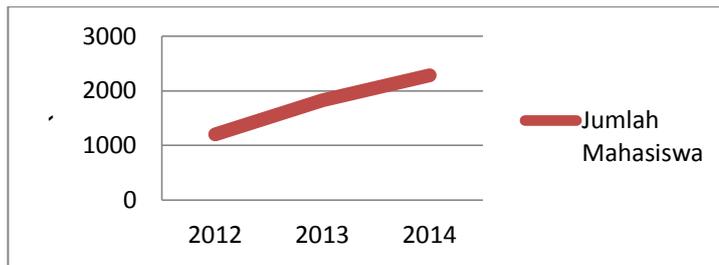
Menurut Todaro (1995), migrasi merupakan proses selektif yang mempengaruhi masing-masing individu dengan karakteristik ekonomi, sosial, pendidikan, dan demografi tertentu, yang tidak hanya satu bangsa dengan bangsa lain dan antara satu wilayah dengan wilayah lain, tetapi juga di dalam wilayah geografis dan penduduk tertentu. Individu yang melakukan migrasi (migran) umumnya tidak berpindah secara acak, tetapi mereka melakukan migrasi karena mereka tertarik untuk berpindah ke tempat tersebut. Faktor daya tarik suatu daerah merupakan faktor yang terpenting dari pada faktor pendorong individu melakukan migrasi (Ravenstein dalam Apriliyadi, 2015).

Pada saat ini berbagai kota memiliki fasilitas pendidikan yang memadai dan menjadi daya tarik bagi kaum pelajar di seluruh Indonesia yang memiliki ketertarikan terhadap pendidikan. Terdapat beberapa faktor yang menyebabkan individu melakukan migrasi, yaitu kualitas pendidikan, lokasi, perkembangan karir seseorang, dan lain sebagainya (Semiv, 2010 dalam Apriliyadi, 2015).

Kota Malang merupakan salah satu kota tujuan bagi sebagian besar kaum pelajar di Indonesia. Di kawasan ini juga berdiri beberapa perguruan tinggi dan universitas dengan jumlah mahasiswa mencapai 70.000 orang (Djakfar, 2010). Dengan banyaknya pilihan perguruan tinggi dan universitas di kota ini membuat para pelajar tertarik untuk melanjutkan jenjang pendidikan tinggi di Kota Malang.

Universitas Brawijaya merupakan suatu lembaga pendidikan tinggi negeri di Kota Malang. Berdasarkan data yang diperoleh dari Pusat informasi, Dokumentasi, dan Keluhan Universitas Brawijaya Malang, mengatakan bahwa dari tahun ke tahun selalu terjadi peningkatan jumlah mahasiswa migran yang berasal dari Kota Jakarta. Pada tahun 2012 terdapat sebanyak 1.204 mahasiswa, lalu meningkat pada tahun 2013 menjadi sebanyak 1.831 mahasiswa, dan pada tahun 2014 mencapai 2.283 mahasiswa, peningkatan yang selalu terjadi secara signifikan (Pusat Informasi, Dokumentasi, dan Keluhan Universitas Brawijaya).

Grafik 1.1 Jumlah Mahasiswa Migran Asal Jabodetabek (Orang)



Sumber : Alfian (2014)

Berdasarkan Grafik 1.1 menunjukkan bahwa dalam tiga tahun terakhir jumlah mahasiswa migran asal Jakarta terus meningkat, namun hal ini tidak sejalan dengan moda transportasi yang ditawarkan untuk perjalanan Jakarta ke Malang atau sebaliknya. Untuk melakukan perjalanan mahasiswa hanya dapat memilih lima kali perjalanan melalui kereta api atau tiga kali penerbangan melalui bandar udara. Kebutuhan transportasi di Malang juga harus mendukung mobilitas mahasiswa, dimana mahasiswa harus bergerak sesuai kebutuhan yang akan dipenuhinya dengan jarak pendek, sedang, maupun jauh.

Dalam pemilihan transportasi, konsumen akan menyesuaikan dengan pendapatan yang diperoleh. Dengan demikian konsumen dapat mengatur kebutuhan akan pemilihan transportasi yang tepat, guna memaksimalkan kepuasan dengan batas pendapatan yang tidak menentu (Sudarman, 1996). Berdasarkan teori tersebut, maka idealnya moda transportasi tersedia merata dan terjangkau.

Menurut Warpani (1990), masyarakat atau individu akan cenderung memilih moda transportasi yang mampu menghemat waktu dan meminimalisasi penggunaan biaya. Pada kenyataannya kendaraan umum lebih memenuhi kriteria tersebut, namun kualitas pelayanan yang diberikan lebih rendah dibandingkan dengan kendaraan pribadi.

Tingkat kepuasan penggunaan jasa angkutan umum berubah-ubah dalam setiap waktu, maka dari itu biaya transportasi sangat mempengaruhi pada tingkat kepuasan pelanggan. Hal ini berkaitan dengan kemampuan mahasiswa yang berbeda-beda. Namun itu semua tergantung atas jumlah uang yang dikirim oleh orang tua mereka.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen pengguna jasa moda transportasi kereta api pada mahasiswa migran dari Jabodetabek. Maka dari itu peneliti melakukan penelitian yang berjudul "PERILAKU KONSUMEN JASA MODA TRANSPORTASI KERETA API (studi kasus Mahasiswa Migran dari Jabodetabek di Universitas Brawijaya)".

B. TINJAUAN TEORI

Teori Permintaan

Teori permintaan pada umumnya menerangkan tentang sifat dari permintaan pembeli pada suatu komoditas (barang dan jasa) dan juga menerangkan ciri hubungan antara jumlah barang dan jasa yang diminta dan harga. Jumlah komoditi total yang ingin dibeli oleh semua rumah tangga disebut jumlah yang diminta untuk komoditi tersebut. Dengan kata lain teori permintaan menerangkan tentang ciri hubungan antara jumlah permintaan dan harga.

Menurut G. Lipsey (1997) ada 3 hal yang harus diperhatikan dalam konsep permintaan, *pertama* jumlah yang diminta adalah jumlah yang diinginkan (*desire*). Ini merupakan jumlah pembelian yang diharapkan konsumen ketika dihadapkan pada harga tersebut, harga barang lain, pendapatan, selera konsumen dan hal-hal lain, mungkin jumlahnya berbeda dari yang sebenarnya konsumen peroleh dalam pembelian. Jika jumlah yang tersedia tidak mencukupi, maka jumlah pembelian yang diharapkan konsumen akan melebihi jumlah pembelian yang sebenarnya. Untuk membedakannya ke dalam konsep ini, jumlah yang sebenarnya dibeli atau jumlah yang ditukarkan, digunakan untuk menunjukkan jumlah pembeli sebenarnya.

Kedua, apa yang diinginkan bukan sekedar harapan tapi merupakan jumlah sebenarnya yang bersedia dibeli pada harga yang harus dibayar untuk komoditi tersebut. *Ketiga*, kuantitas yang dibeli merupakan arus pembelian yang berkelanjutan, karena kuantitas tersebut harus dinyatakan

banyaknya persatuan waktu. Jadi permintaan terhadap suatu barang atau jasa yang diminta oleh pembeli pada berbagai tingkat harga untuk setiap periode waktu tertentu dan dalam suatu pasar tertentu. Sedangkan permintaan pasar terhadap suatu barang dan jasa merupakan penjualan secara horizontal dari seluruh permintaan individual.

Dalam ilmu ekonomi, istilah permintaan (*demand*) mempunyai arti tertentu, yaitu selalu menunjukkan pada suatu hubungan tertentu antara jumlah suatu barang yang mau dibeli orang dan harga tersebut. Menurut Gilarso, 2001 definisi permintaan adalah jumlah suatu barang yang mau dan mampu dibeli pada berbagai kemungkinan harga selama jangka waktu tertentu dengan anggapan hal-hal lain tetap sama (*ceteris paribus*).

Jadi yang dimaksud dengan permintaan suatu barang dapat diartikan dengan berbagai kemungkinan jumlah barang atau jasa yang diminta oleh pembeli pada berbagai tingkat harga untuk suatu periode waktu tertentu dan dalam suatu pasar tertentu, atau dalam arti luas dapat diartikan sebagai suatu pasar untuk periode tertentu pada berbagai kemungkinan pendapatan, atau berbagai tingkat harga barang lain yang mempunyai hubungan dekat dan dipengaruhi oleh beberapa faktor.

Menurut Sodono Sukirno (1994) terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi permintaan tersebut dijabarkan sebagai berikut:

1. Harga barang itu sendiri
Dengan asumsi *ceteris paribus*, memiliki hubungan yang terbaik (Miller dan Minner, 2000) yang sesuai dengan Hukum permintaan yaitu “*Apabila harga suatu barang mengalami kenaikan, maka kuantitas yang diminta oleh konsumen akan turun, sebaliknya apabila harga suatu barang mengalami penurunan, maka kuantitas yang diminta oleh konsumen akan naik.*”
2. Harga barang lain
Barang konsumsi pada umumnya mempunyai kaitan penggunaan antara yang satu dengan yang lain. Berdasarkan kaitan penggunaan antara kedua macam barang konsumsi pada dasarnya dapat dibedakan menjadi 2 macam:
 - a. Barang pengganti (substitusi)
Adalah suatu barang yang dapat menggantikan fungsi barang lain. Harga barang pengganti dapat mempengaruhi permintaan barang yang dapat digantikannya. Jika harga barang pengganti lebih murah, maka barang yang digantikannya akan mengalami pengurangan dalam permintaan. Artinya penurunan atau kenaikan harga barang substitusi atau pengganti akan menggeser kurva permintaan ke kiri atau ke kanan.
 - b. Barang penggenap (komplementer)
Adalah suatu barang yang digunakan bersama-sama barang yang lain. Kenaikan atau penurunan barang komplementer selalu sejalan dengan perubahan permintaan barang yang digenapi. Penurunan atau kenaikan harga barang komplementer akan menggeser kurva permintaan ke kanan atau ke kiri.
3. Pendapatan
Faktor ini merupakan faktor penentu yang penting dalam permintaan suatu barang. Pada umumnya, semakin besar pendapatan atau penghasilan, semakin besar pula permintaan sehingga kurva permintaan akan bergeser ke kanan (Ari Sudarman, 1992). Berdasarkan sifat perubahan permintaan, apabila pendapatan berubah. Ada 4 kasus barang (Sadono Sukirno, 1994) :
 - a. *Barang Esential* atau Barang Pokok
Adalah barang yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat. Permintaan barang ini tidak akan banyak berubah meskipun pendapatan berubah.
 - b. *Barang Inferior*
Adalah barang yang banyak diminta oleh orang-orang berpendapatan rendah, jadi bila pendapatan bertambah maka permintaan akan barang ini akan berkurang.
 - c. Barang Normal
Adalah barang-barang yang jumlah konsumsinya bertambah seiring dengan pendapatan konsumen yang meningkat.
 - d. *Barang Superior* atau Barang Mewah

Adalah barang yang banyak diminta orang-orang kaya, jadi apabila pendapatan bertambah, maka permintaan atas barang ini juga bertambah.

4. Selera
Selera berpengaruh besar terhadap keinginan orang untuk membeli. Perubahan selera memang bisa berlangsung sangat lama, namun cepat atau lambat perubahan selera terhadap suatu komoditi menggeser kurva permintaan ke kanan, sehingga pada setiap tingkat harga akan lebih banyak komoditi yang dibeli.
5. Faktor-faktor lain
Faktor-faktor lain yang ikut mempengaruhi permintaan suatu komoditas atau barang antara lain distribusi pendapatan, jumlah penduduk, ekspektasi harga dimasa mendatang dan perkiraan tentang keadaan dimasa mendatang atau yang sering disebut ekspektasi tentang masa depan yang sulit di ukur secara kuantitatif, misalnya karakteristik seseorang yaitu umur, jenis kelamin, pendidikan terakhir, dll.

Perilaku Konsumen

Istilah perilaku konsumen diartikan sebagai perilaku yang diperlihatkan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka.

Konsumen mempunyai pendapatan (*money income*) yang akan digunakan untuk membeli berbagai barang dengan berbagai tingkat harga pula. Untuk itu konsumen harus bertindak secara efisien untuk mencapai maksimum kepuasan (*maximize satisfaction*) sehingga konsep ini juga dinyatakan sebagai upaya pencapaian *consumer efficiency* atau disebut juga sebagai optimasi konsumen. Rakhmat, Syahir, Tarmizi (2011)

Menurut Schiffman dan Kanuk (2008) perilaku konsumen adalah secara individu mengambil keputusan untuk memanfaatkan sumber daya mereka yang tersedia (waktu, uang, usaha) guna membeli barang-barang yang berhubungan dengan konsumsi. Individu meminta suatu komoditi tertentu karena adanya kepuasan atau utilitas yang didapatkan dari mengkonsumsi komoditi tersebut.

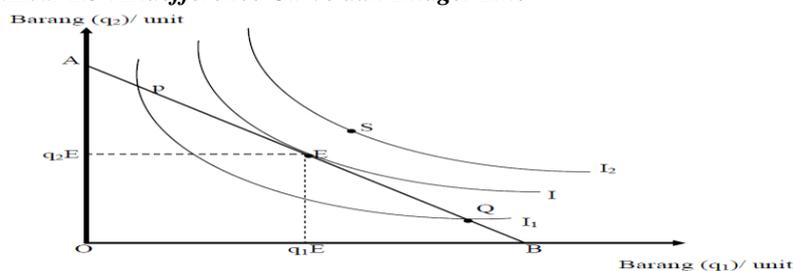
Konsep dasar perilaku konsumen secara tradisional menggunakan konsep kegunaan (*utility concept*). Konsep utilitas menjelaskan bahwa setiap barang mempunyai kegunaan sekaligus kepuasan untuk konsumen menggunakannya. Fungsi kegunaan dapat ditunjukkan oleh fungsi dibawah ini:

$$U = f(q_1, q_2, q_3, \dots, q_n)$$

Dimana : U berarti jumlah kegunaan dan q menyatakan banyaknya suatu barang yang akan dikonsumsi oleh konsumen, dengan berbagai jenis ataupun banyaknya barang.

Penjelasan tentang perilaku konsumen secara sederhana mengungkapkan tentang hukum permintaan yang menyatakan bahwa apabila tingkat harga suatu barang mengalami kenaikan maka *ceteris paribus* (faktor lain dinyatakan tetap) permintaan konsumen menurun atau berlaku sebaliknya. Rakhmat dkk (2011)

Gambar 2.3 : *Indifference Curve dan Budget Line*



Sumber : Rakhmat dkk (2011)

Konsumen mencapai maksimum kepuasan atas konsumsi sesuatu barang sebagai kombinasi dengan tingkat harga pendapatan yang dimiliki dihadapkan kepada tingkat harga barang (*normal goods*) yang berlaku untuk dikonsumsi. Kondisi ini dinyatakan pula sebagai optimasi konsumen yang berarti bahwa seluruh pendapatan akan digunakan secara optimal, untuk mengkonsumsi barang sebagai kombinasi. Maksimum kepuasan hanya tercapai pada satu titik tertentu di mana indifference curve dengan budget line saling bersinggungan sebagaimana grafik diatas. Rakhmat dkk (2011).

Pengertian Transportasi

Pengertian transportasi secara umum dapat diartikan sebagai kegiatan perpindahan barang atau manusia dari tempat asal ke tempat tujuan membentuk suatu hubungan yang terdiri dari 3 bagian yaitu: a) ada muatan yang diangkut, b) tersedianya sarana sebagai alat angkut, c) tersedianya prasarana jalan yang dilalui. Proses transportasi merupakan gerakan dari tempat asal pengangkutan dimulai ke tempat tujuan kemana kegiatan pengangkutan diakhiri (pusdiklat perhubungan darat,1997).

Proses transportasi tercipta akibat perbedaan kebutuhan antara manusia satu dengan yang lain, antara satu tempat dengan tempat yang lain, yang bersifat kualitatif dan mempunyai ciri yang berbeda sebagai fungsi dari waktu, tujuan perjalanan, jenis yang diangkut dan lain-lain.

Fungsi transportasi adalah untuk menggerakkan atau memindahkan orang dan atau barang dari satu tempat ke tempat lain dengan menggunakan sistem tertentu untuk tujuan tertentu. Transportasi dilakukan karena nilai dari orang atau barang yang diangkut akan menjadi lebih tinggi di tempat lain (tujuan) dibandingkan ditempat asal (Edward K.Morlok, 1995).

Angkutan kendaraan bermotor sangat fleksibel terhadap pertumbuhan permintaan dari masyarakat dan dapat memberikan pelayanan *door to door service*, yaitu tempat pengirim barang atau penumpang sampai ketempat penerima atau tujuan penumpang.

Kegiatan pengangkutan selalu melibatkan banyak lembaga karena fungsi dan peranan masing-masing tidak mungkin seluruhnya ditangani oleh satu lembaga saja karena demikian banyak pihak dan lembaga yang bersangkutan paut, maka diperlukan suatu system untuk menangani masalah pengangkutan (M.Nur Nasution, 2004).

C. METODE PENELITIAN

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa migrant dari Jakarta di Universitas Brawijaya. Dengan teknik pemilihan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dengan data primer yang diperoleh dari kuisioner dengan skala Likert yang disebarakan baik secara daring (online) maupun cetak.

Analisis ini dilakukan dengan uji regresi yang digunakan sebagai alat yang digunakan untuk melihat pengaruh dari sebuah data dari sampel, tetapi sebelum melakukan uji regresi data digunakan uji reliabilitas dan validitas untuk melihat kualitas data.

D. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pengujian Kriteria Statistik

Setelah data dan variabel telah lolos dari asumsi klasik maka pengujian selanjutnya yaitu uji statistik. Dimana uji statistik yang akan dilakukan yaitu uji parsial, uji simultan, dan koefisien determinasi.

A. Uji Parsial (t-statistik)

Uji parsial adalah uji yang digunakan untuk melihat pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Untuk melihat apakah variabel independen mempengaruhi dari variabel dependen yaitu dengan melihat nilai probabilitas dari masing-masing variabel tersebut. Jika nilai probabilitas $< \alpha$ (0.05) maka H_0 ditolak atau variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap variabel dependennya. Begitu sebaliknya jika nilai probabilitas $> \alpha$ (0.05) maka H_0 diterima atau variabel independen tersebut berpengaruh akan tetapi tidak signifikan terhadap variabel dependen. Hasil dari uji t dapat dilihat pada Tabel 4.11 :

Tabel 4.11 : Hasil Uji t / Parsial

Sumber : Data primer diolah melalui SPSS (2015) Berdasarkan Tabel 4.11 diperoleh hasil sebagai berikut :

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.148	2.012		3.553	.001
	HARGA TIKET KA	-.237	.098	-.177	-2.411	.017

HARGA TIKET TRANSPORTASI LAINNYA	.462	.143	.228	3.242	.001
KUALITAS PELAYANAN	.229	.043	.364	5.264	.000
PENDAPATAN	.362	.115	.196	3.143	.002

a. Dependent Variable: PERILAKU KONSUMEN JASA TRANSPORTASI KERETA API

- t test antara X_1 (Harga Tiket Kereta Api) dengan Y (Perilaku Konsumen Jasa Transportasi Kereta Api) menunjukkan $t_{hitung} = 2,411$. Sedangkan t_{tabel} ($\alpha = 0.05$; db residual = 144) adalah sebesar 1,9776. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,411 > 1,976$ atau sig. t (0,010) $< \alpha = 0.05$ maka pengaruh X_1 (Harga Tiket Kereta Api) terhadap Perilaku Konsumen Jasa Transportasi Kereta Api (Y) adalah signifikan. Hal ini berarti H_0 ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa Permintaan Jasa Kereta Api (Y) dapat dipengaruhi secara signifikan oleh Harga Tiket Kereta Api (X_1) atau dengan meningkatkan Harga Tiket Kereta Api (X_1) maka Perilaku Konsumen Jasa Transportasi Kereta Api (Y) akan mengalami peningkatan secara nyata.
- t test antara X_2 (Harga Tiket Transportasi lain) dengan Y (Permintaan Perilaku Konsumen Jasa Transportasi Kereta Api) menunjukkan $t_{hitung} = 3,242$. Sedangkan t_{tabel} ($\alpha = 0.05$; db residual = 144) adalah sebesar 1,976. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $3,242 > 1,976$ atau sig. t (0,001) $< \alpha = 0.05$ maka pengaruh X_2 (Harga Tiket Transportasi lain) terhadap Perilaku Konsumen Jasa Transportasi Kereta Api (Y) adalah signifikan pada alpha 5%. Hal ini berarti H_0 ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa Permintaan Jasa Kereta Api (Y) dapat dipengaruhi secara signifikan oleh Harga Tiket Transportasi lain (X_2) atau dengan meningkatkan Harga Tiket Transportasi lain (X_2) maka Perilaku Konsumen Jasa Transportasi Kereta Api (Y) akan mengalami peningkatan secara nyata.
- t test antara X_3 (Kualitas Pelayanan) dengan Y (Perilaku Konsumen Jasa Transportasi Kereta Api) menunjukkan $t_{hitung} = 5,264$. Sedangkan t_{tabel} ($\alpha = 0.05$; db residual = 144) adalah sebesar 1,976. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $5,264 > 1,976$ atau sig. t (0,001) $< \alpha = 0.05$ maka pengaruh X_3 (Kualitas Pelayanan) terhadap Permintaan Jasa Kereta Api (Y) adalah signifikan pada alpha 5%. Hal ini berarti H_0 ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa Perilaku Konsumen Jasa Transportasi Kereta Api (Y) dapat dipengaruhi secara signifikan oleh Kualitas Pelayanan (X_3) atau dengan meningkatkan Kualitas Pelayanan (X_3) maka Perilaku Konsumen Jasa Transportasi Kereta Api (Y) akan mengalami peningkatan secara nyata.
- t test antara X_4 (Pendapatan) dengan Y (Perilaku Konsumen Jasa Transportasi Kereta Api) menunjukkan $t_{hitung} = 3,143$. Sedangkan t_{tabel} ($\alpha = 0.05$; db residual = 144) adalah sebesar 1,976. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $3,143 > 1,976$ atau sig. t (0,001) $< \alpha = 0.05$ maka pengaruh X_4 (Pendapatan) terhadap Perilaku Konsumen Jasa Transportasi Kereta Api (Y) adalah signifikan pada alpha 5%. Hal ini berarti H_0 ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa Permintaan Jasa Kereta Api (Y) dapat dipengaruhi secara signifikan oleh Pendapatan (X_4) atau dengan meningkatkan Pendapatan (X_4) maka Perilaku Konsumen Jasa Transportasi Kereta Api (Y) akan mengalami peningkatan secara nyata.

Dari hasil keseluruhan dapat disimpulkan bahwa variabel Harga Tiket Kereta Api (X_1), Harga Tiket Transportasi lain (X_2), Kualitas Pelayanan (X_3), dan Pendapatan (X_4) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Perilaku Konsumen Jasa Transportasi Kereta Api (Y) secara simultan dan parsial. Dan dari sini dapat diketahui bahwa keempat variabel bebas tersebut yang paling dominan pengaruhnya terhadap Perilaku Konsumen Jasa Transportasi Kereta Api (Y) adalah Kualitas Pelayanan (X_3) karena memiliki nilai koefisien beta dan t hitung paling besar.

Uji Simultan (F-statistik)

Uji simultan adalah uji yang digunakan untuk melihat pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Untuk melihat apakah variabel independen berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen yaitu dengan melihat nilai

probabilitas F-statistik. Jika nilai probabilitas $< \alpha$ (0.05) maka H_0 ditolak atau variabel independen berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Begitu pula sebaliknya jika nilai probabilitas $> \alpha$ (0.05) maka H_0 diterima atau variabel independen berpengaruh tidak signifikan secara bersama-sama terhadap dependen. Hasil uji F pada tabel 4.12

Tabel 4.12 : Hasil Uji F / Simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	479.063	4	119.766	39.278	.000 ^b
	Residual	439.085	144	3.049		
	Total	918.148	148			

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumen Jasa Transportasi Kereta Api

b. Predictors: (Constant), PENDAPATAN, KUALITAS PELAYANAN, HARGA TIKET TRANSPORTASI LAINNYA, HARGA TIKET KA

Sumber : Data primer diolah melalui SPSS (2015)

Berdasarkan Tabel 4.12 nilai F hitung sebesar 39,278. Sedangkan F tabel ($\alpha = 0.05$; db regresi = 4 : db residual = 144) adalah sebesar 2,434. Karena F hitung $>$ F tabel yaitu 39,307 $>$ 2,423 atau nilai Sig. F (0,000) $<$ $\alpha = 0.05$ maka model analisis regresi adalah signifikan. Hal ini berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel terikat (Perilaku Konsumen Jasa Transportasi Kereta Api (Y)) dapat dipengaruhi secara signifikan oleh variabel bebas (Harga Tiket Kereta Api (X_1), Harga Tiket Transportasi lain (X_2), Kualitas Pelayanan (X_3), dan Pendapatan (X_4))

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi adalah koefisien yang mengukur presentase dari kemampuan variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen. Besaran presentase tersebut dapat dilihat melalui R-squared dalam hasil regresi dibawah ini :

Tabel 4.13 : Hasil Uji Koefisien Determinasi R^2
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.722 ^a	.522	.508	1.74620

a. Predictors: (Constant), PENDAPATAN, KUALITAS PELAYANAN, HARGA TIKET TRANSPORTASI LAINNYA, HARGA TIKET KA

b. Dependent Variable: Perilaku Konsumen Jasa Transportasi Kereta Api

Sumber : Data primer diolah melalui SPSS (2015)

Koefisien determinasi digunakan untuk menghitung besarnya pengaruh atau kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Dari analisis pada Tabel 4.13 diperoleh hasil R^2 (Koefisien Determinasi) sebesar 0,522. Artinya bahwa 52,2% variabel Perilaku Konsumen Jasa Transportasi Kereta Api (Y) akan dipengaruhi oleh variabel bebasnya, yaitu Harga Tiket Kereta Api (X_1) , Harga Tiket Transportasi lain (X_2), Kualitas Pelayanan (X_3), dan Pendapatan (X_4). Sedangkan sisanya 47,8% variabel Perilaku Konsumen Jasa Transportasi Kereta Api (Y) akan dipengaruhi oleh variabel-variabel yang lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Selain koefisien determinasi juga di dapat koefisien kolerasi yang menunjukkan besarnya hubungan antara variabel bebas yaitu Harga Tiket Kereta Api (X_1) , Harga Tiket Transportasi lain (X_2), Kualitas Pelayanan (X_3), dan Pendapatan (X_4) terhadap variabel Perilaku Konsumen Jasa Transportasi Kereta Api (Y), nilai R (Koefisien Kolerasi) sebesar 0,722, nilai kolerasi ini menunjukkan bahwa hubungan antara variabel bebas yaitu Harga Tiket Kereta Api (X_1), Harga Tiket Transportasi lain (X_2), Kualitas Pelayanan (X_3), dan Pendapatan (X_4) dengan Perilaku Konsumen Jasa Transportasi Kereta Api (Y) termasuk dalam katagori kuat karena berada pada selang 0,6 – 0,8. Hubungan antara variabel bebas yaitu Harga Tiket Kereta Api (X_1), Harga Tiket Transportasi lain (X_2), Kualitas Pelayanan (X_3), dan Pendapatan (X_4) dengan Perilaku Konsumen Jasa Transportasi Kereta Api (Y) bersifat positif, artinya jika variabel bebas semakin ditingkatkan maka Perilaku Konsumen Jasa Transportasi Kereta Api (Y) juga akan mengalami peningkatan.

Persamaan Regresi

Persamaan regresi digunakan untuk mengetahui bentuk hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Dengan menggunakan bantuan *SPPS for Windows ver 20* didapat model regresi seperti pada tabel 4.14 :

Tabel 4.14 : Persamaan Regresi

Model	Coefficients ^a			T	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	7.148	2.012		3.553	.001
HARGA TIKET KA	-.237	.098	-.177	-2.411	.017
HARGA TIKET TRANSPORTASI LAINNYA	.462	.143	.228	3.242	.001
KUALITAS PELAYANAN	.229	.043	.364	5.264	.000
PENDAPATAN	.362	.115	.196	3.143	.002

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumen Jasa Transportasi Kereta Api
Sumber : Data primer diolah melalui SPPS (2015)

Berdasarkan pada tabel 4.14 didapatkan persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 7,148 - 0,237 X_1 + 0,462 X_2 + 0,229 X_3 + 0,362 X_4$$

Dari persamaan di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

- Perilaku Konsumen Jasa Transportasi Kereta Api (Y) akan meningkatkan untuk setiap tambahan X_1 . Jadi apabila Harga Tiket Kereta Api (X_1) mengalami peningkatan, maka Perilaku Konsumen Jasa Transportasi Kereta Api (Y) akan menurun sebesar 0,237 satuan dengan asumsi variabel yang lainnya dianggap konstan.
- Perilaku Konsumen Jasa Transportasi Kereta Api (Y) akan meningkat untuk setiap tambahan X_2 , jadi apabila Harga Tiket Transportasi lain (X_2) mengalami peningkatan, maka Perilaku Konsumen Jasa Transportasi Kereta Api (Y) akan meningkat sebesar 0,462 satuan dengan asumsi variabel yang lainnya dianggap konstan.
- Perilaku Konsumen Jasa Transportasi Kereta Api (Y) akan meningkat untuk setiap tambahan X_3 , Jadi apabila Kualitas Pelayanan (X_3) mengalami peningkatan, maka Perilaku Konsumen Jasa Transportasi Kereta Api (Y) akan meningkat sebesar 0,229 satuan dengan asumsi variabel yang lainnya dianggap konstan.
- Perilaku Konsumen Jasa Transportasi Kereta Api (Y) akan meningkat untuk setiap tambahan X_4 , Jadi apabila Pendapatan (X_4) mengalami peningkatan, maka Perilaku Konsumen Jasa Transportasi Kereta Api (Y) akan meningkat sebesar 0,362 satuan dengan asumsi variabel yang lainnya dianggap konstan.

Berdasarkan interpretasi di atas, dapat diketahui besarnya kontribusi variabel bebas terhadap variabel terkait, antara lain Harga Tiket Kereta Api (X_1) sebesar -0,237, Harga Tiket Transportasi lain (X_2) sebesar 0,462, Kualitas Pelayanan (X_3) sebesar 0,229, dan Pendapatan (X_4) sebesar 0,362. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Harga Tiket Transportasi lain (X_2), Kualitas Pelayanan (X_3), Pendapatan (X_4) positif terhadap Perilaku Konsumen Jasa Transportasi Kereta Api (Y). Dengan kata lain, apabila bahwa Harga Tiket Transportasi lain (X_2), Kualitas Pelayanan (X_3), dan Pendapatan (X_4) meningkat maka akan diikuti peningkatan Perilaku Konsumen Jasa Transportasi Kereta Api (Y).

Pembahasan Hasil Estimasi dan Analisis Data

Pengaruh Harga Tiket Kereta Api Terhadap Perilaku Konsumen Jasa Kereta Api Jurusan Jakarta – Malang

Hasil estimasi model didapat bahwa harga tiket kereta api secara signifikan dan negative berpengaruh terhadap perilaku konsumen jasa transportasi kereta api. Adapun nilai koefisien regresinya adalah sebesar $-0,177$, artinya apabila terjadi kenaikan harga tiket sebesar 1% dengan asumsi bahwa faktor-faktor lain konstan, maka permintaan jasa transportasi kereta api jurusan Jakarta – Malang akan turun sebesar 17,7%.

Negatifnya pengaruh harga jasa transportasi itu sendiri terhadap permintaan jasa transportasi kereta api sesuai dengan hipotesis yang diharapkan. Naiknya harga akan menyebabkan turunnya permintaan terhadap permintaan jasa transportasi kereta api jurusan Jakarta – Malang dengan kata lain sesuai dengan hukum permintaan yang menyatakan bahwa semakin tinggi harga suatu barang atau jasa maka semakin rendah pula permintaan terhadap barang atau jasa tersebut begitupun sebaliknya.

Perubahan harga tiket kereta bisa jadi dikarenakan subsidi pemerintah yang berkurang khususnya kereta api ekonomi yang sesuai fenomena kereta ekonomi tersebut sering digunakan oleh para mahasiswa migran dari Jakarta – ke Malang. Oleh karena itu, permintaan jasa angkutan kereta api sangat sensitive atau respons terhadap perubahan yang terjadi pada harga. Naiknya harga tiket kereta api tentunya akan mengalihkan konsumen terhadap jasa transportasi lain. Jika hal ini terjadi tentunya akan mengurangi permintaan jasa transportasi kereta api jurusan Jakarta - Malang. Sama halnya dengan penelitian dari Saudara Yunus Hardian, ketika peningkatan harga tiket kereta api akan menurunkan permintaan jasa angkutan kereta api jurusan Bandung – Jakarta dengan penurunan yang lebih besar daripada peningkatan harganya. Permintaan jasa kereta api jurusan Bandung – Jakarta terhadap perubahan harganya di karenakan jasa angkutan kereta api memiliki banyak substitusi atau pengganti seperti bus, travel dan kendaraan pribadi. Naiknya harga tiket kereta api tentunya akan mengalihkan pilihan konsumen terhadap jasa angkutan darat lainnya.

Pengaruh Harga Tiket Transportasi lain terhadap Perilaku Konsumen Jasa Transportasi Kereta Api Jurusan Jakarta – Malang

Hasil estimasi model didapat bahwa harga tiket transportasi lain secara signifikan dan positif berpengaruh terhadap perilaku konsumen jasa transportasi kereta api. Adapun nilai koefisien regresinya sebesar $0,228$, artinya apabila terjadi kenaikan harga tiket transportasi lain sebesar 1% dengan asumsi bahwa faktor-faktor lain konstan, maka permintaan jasa transportasi kereta api akan meningkat sebesar 22,8 %.

Positifnya hubungan antara harga tiket transportasi lain dengan permintaan jasa transportasi kereta api, dapat dijelaskan bahwa terjadinya kenaikan pada harga tiket transportasi lainnya menyebabkan para konsumen akan beralih ke transportasi kereta api sehingga terjadi peningkatan pada permintaan jasa kereta api. Dengan demikian dapat diartikan bahwa transportasi lain hanya bersifat substitusi atau bersifat pengganti. Dengan demikian perubahan permintaan jasa kereta api sangat responsive terhadap perubahan harga tiket transportasi lain. Hal ini disebabkan karena adanya perbedaan karakteristik dari beberapa jenis transportasi tersebut, misalnya seperti kereta api cenderung bersifat massal, memiliki frekuensi waktu pemberangkatan yang ditetapkan, dan harga yang sesuai dengan daya beli para mahasiswa. Sebaliknya transportasi lain selain kereta api, seperti contoh bis cenderung lebih fleksibel namun tidak bersifat massal, dan contoh lain seperti pesawat terbang yang cenderung high class, nyaman namun harga tidak sesuai dengan daya beli para mahasiswa.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Perilaku Konsumen Jasa Transportasi Kereta Api Jurusan Jakarta – Malang

Kualitas pelayanan secara signifikan dan positif berpengaruh terhadap perilaku konsumen jasa kereta api. Adapun nilai koefisien regresinya adalah sebesar $0,364$, artinya apabila kualitas pelayanan meningkat sebesar 1% dengan asumsi bahwa faktor-faktor lain konstan, maka permintaan jasa angkutan kereta api akan naik sebesar 36,4%

Positif kualitas pelayanan dalam mempengaruhi permintaan jasa kereta api menerminkan bahwa meningkatnya kualitas pelayanan berbanding lurus dengan kebutuhan jasa transportasi. Naiknya tingkat kualitas pelayanan akan diikuti dengan meingkatnya kebutuhan permintaan jasa kereta api menjadi meningkat. Hal ini berarti sesuai dengan hipotesis yang diharapkan dimana adanya perubahan kualitas pelayanan yang bersangkutan dapat meningkatkan permintaan terhadap jasa transportasi kereta api. Hasil estimasi yang signifikan mengindikasikan bahwa meningkatnya permintaan jasa transportasi kereta api sangat dipengaruhi oleh adanya kualitas pelayanan yang

baik. faktor kualitas pelayanan merupakan faktor potensial bagi pelaku pihak penyelenggara transportasi untuk meningkatkan harapannya dalam menambah permintaan jasa yang ditawarkan.

Perubahan permintaan jasa transportasi kereta api sangat responsiv terhadap kualitas pelayanan yang di sediakan oleh pihak penyaji jasa transportasi kereta api. Hal ini di mungkinkan karena perjalanan yang cukup jauh antara Jakarta – Malang dan sebaliknya mempengaruhi kualitas pelayanan yang di berikan oleh pihak jasa kereta api jurusan Jakarta – Malang.

Pengaruh Pendapatan terhadap Perilaku Konsumen Jasa Transportasi Kereta Api Jurusan Jakarta – Malang

Pendapatan secara signifikan dan positif terhadap perilaku konsumen jasa transportasi kereta api. Adapun nilai koefisien regresinya sebesar 0,196 Artinya apabila terjadi kenaikan pendapatan pada para mahasiswa sebesar 1% dengan asumsi bahwa faktor-faktor lain konstan, maka akan mempengaruhi perilaku konsumen jasa kereta api sehingga terjadi peningkatan sebesar 19,6%.

Positifnya hubungan antara pendapatan atau saku bulanan para mahasiswa dengan perilaku konsumen jasa kereta api mencerminkan bahwa kenaikan jumlah pendapatan atau saku yang diterima mahasiswa justru mengakibatkan permintaan terhadap jasa transportasi kereta api meningkat karena dari hasil kuisioner yang peneliti sebar terdapat beberapa alasan responden bahwa mereka lebih sering menggunakan jasa transportasi kereta api dibanding transportasi lain karena harga tiket kereta api lebih sesuai dengan pendapatan yang diterima per bulannya. Hasil ini berarti sesuai dengan hipotesis yang diharapkan dimana adanya perubahan pendapatan atau saku mahasiswa yang bersangkutan dapat meningkatkan permintaan terhadap jasa transportasi kereta api. Hal ini mengindikasikan tingginya respon permintaan jasa kereta api akibat peningkatan pada tingkat pendapatan mahasiswa.

Positifnya nilai koefisien pendapatan atau saku mahasiswa yang diterima menunjukkan bahwa kereta api merupakan barang normal bagi para mahasiswa. Pada teori permintaan di sebutkan bahwa barang normal adalah barang yang permintaannya akan meningkatkan apabila pendapatan konsumen naik. Sejalan dengan hal ini bahwa tidak semua mahasiswa pasti mengalokasikan semua pendapatannya untuk membeli tiket transportasi melainkan masih ada pengalokasian dana di luar pendapatan atau saku yang diterima.

E. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui variabel mana sajakah yang mempunyai pengaruh pada Perilaku Konsumen Kereta Api dengan studi kasus pada mahasiswa migran asal Jakarta yang berkuliah di Universitas Brawijaya Malang. Berdasarkan hasil penelitian yang sudah diteliti, maka diperoleh kesimpulan bahwa Perilaku Konsumen Jasa Kereta Api dipengaruhi oleh harga tiket kereta api, harga tiket transportasi lain, kualitas pelayanan, dan pendapatan. Variabel tersebut baik secara parsial maupun bersama mempengaruhi perilaku konsumen kereta api secara signifikan. Pada variabel harga tiket kereta api berpengaruh negatif yang berarti naiknya harga tiket kereta api tersebut akan menurunkan permintaan jasa kereta api jurusan Jakarta – Malang.

Pengaruh negatifnya variabel harga tiket kereta api yaitu ketika perusahaan menaikkan harga tiket transportasi kereta api dapat mempengaruhi perilaku konsumen jasa kereta api pada mahasiswa migran yang menggunakan jasa kereta api, di karenakan terbatasnya kemampuan daya beli mahasiswa dengan uang saku yang mereka terima setiap bulannya, dan mereka cenderung lebih tertarik dengan potongan harga atau diskon.

Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, dapat dikemukakan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan maupun bagi pihak-pihak lain. Adapun saran yang diberikan, antara lain :

1. Dengan meningkatnya harga tiket kereta api akan menurunkan secara signifikan terhadap permintaan jasa transportasi kereta api sehingga PT.Kereta Api Indonesia (Persero) harus meninjau ulang strategi dalam menentukan harga tiket kereta api. Seiring peningkatan jumlah mahasiswa migran yang semakin bertambah setiap tahunnya, seharusnya PT. KAI dapat memanfaatkan jasa kereta api sebagai transportasi massal yang aman, nyaman dan mudah dijangkau. Dengan kata lain PT. Kereta Api Indonesia (Persero) harus meninjau ulang strategi melalui jalur harga, tetapi sebaiknya lebih menekan strategi non-harga

- misalnya dapat dilakukan dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan yang aman dan nyaman, menambah gerbong kereta, menambah jam kerja kereta serta ketepatan waktu, dimana kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang dominan dalam mempengaruhi permintaan jasa transportasi kereta api. Sehingga para mahasiswa migrant tetap akan menggunakan jasa angkutan kereta api walaupun banyak alternatif transportasi lainnya.
2. Dengan banyaknya alternatif transportasi seharusnya bagi pemerintah pentingnya meningkatkan ketegasan dalam implementasi regulasi yang telah dikeluarkan, sehingga tidak terjadi tumpang tindih antara pengembangan transportasi massal seperti kereta api dengan jasa transportasi lainnya seperti bus dan pesawat terbang. Hal ini penting dilakukan guna menjaga peran sub sektor transportasi darat dalam mendukung mobilitas orang dan barang dari suatu daerah ke daerah lainnya.
 3. Mengingat variabel bebas dalam penelitian ini merupakan hal yang sangat penting dalam mempengaruhi Perilaku Konsumen Jasa Kereta Api diharapkan hasil penelitian ini dapat dipakai sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian ini dengan mempertimbangkan variabel-variabel lain yang merupakan variabel lain diluar variabel yang sudah masuk dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfan. 2014. *Jumlah Mahasiswa JABODETABEK*. Universitas Brawijaya: Pusat Informasi, Dokumentasi, dan Keluhan (PDIK)
- Amstrong, Gary dan Kotler, Philipp, dkk. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi 12*. Jakarta: Erlangga
- Anshori, Muslich dan Iswati, Sri. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Surabaya: Airlangga University Press
- Apriliyadi, Adam. 2014. *Penerapan Model Hierarki Kebutuhan Malow Pada Perilaku Konsumsi*. Malang: Universitas Brawijaya
- Damsar. 2009. *Pegantar Sosiologi Ekonomi*. Jakarta: Kencana
- Djakfar, Ludfi, Amalia dan dkk. 2010. *Studi Karakteristik Dan Model Pemilihan Moda Angkutan Mahasiswa Menuju Kampus (Sepeda Motor Atau Angkutan Umum) Di Kota Malang*. Malang: Universitas Brawijaya.
- Fathorazzi, M dan Jusron dkk. 2012. *Teori Ekonomi Mikro: Dilengkapi Beberapa Bentuk Fungsi Produksi*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- G, Lipsey R. 1997. *Principles Of Economics, Ninth Edition*. Canada: Oxford University Press.
- Kamaludin, Rustian, H. 2003. *Ekonomi Transportasi: Karakteristik, Teori dan Kebijakan*. Jakarta: Ghalilia Indonesia
- Khusaini, Muhammad. 2013. *Ekonomi Mikro; Dasar-Dasar Teori*. Malang: UB Press
- Lains, Alfian. 2003. *Ekonometrika Teori dan Aplikasi, Jilid 1*. Jakarta: Pustaka LP3ES.
- Mahanani, Nurcahyo dan Minor, Michael, dkk. 2002. *Perilaku Konsumen, Edisi Kelima*. Jakarta: Erlangga
- Mulyono, Sri. 2000. *Peramalan Bisnis dan Ekonometrika, Edisi Pertama*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Nasution, M.N. 2004. *Manajemen Transportasi (Edisi Ketiga)*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Nicholson, Walter. 2002. *INTERMEDIATE MICROECONOMIS and Its Application, Eight Edition*. Jakarta: Erlangga
- Salim, Abbas. 2004. *Manajemen Transportasi*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Sari, Dewi Susan. 2014. *Analisis Pilihan Transportasi Bagi Pekerja Migran*. Malang: Universitas Brawijaya
- Semiv, Liubov & Semiv, Roman. 2010. *Regional Particular of Educational Migration in Ukraine. Interdisciplinary Approach to Economics and Sociology*
- Sudarman, Ari. 1992. *MICROECONOMICS :Teori Ekonomi Mikro*. Yogyakarta: BPFE
- Sugiyono. 2013. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

- Sukirno, Sudono. 1994. *Mikro Ekonomi: Teori Pengantar*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Supardi. 2005. *Metode Penelitian Ekonomi Bisnis*. Yogyakarta: UII Press
- Todaro, Michael P. 1995. *Ekonomi untuk Negara Berkembang: Suatu Pengantar tentang Prinsip-prinsip, Masalah dan Kebijakan Pembangunan*. Jakarta: Bumi Aksara
- Todaro, Michael P et al. 2011. *Pembangunan Ekonomi, Edisi Kesebelas Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Warpani, Suwarjoko. 1990. *Merencanakan Sistem Transportasi*. Bandung: Institut Teknologi Bandung
- Anonim. 2015. Universitas Brawijaya. <http://infomalangraya.net/universitas-brawijaya-ub/> diakses pada tanggal 28 Agustus 2015 pukul 13.27.
- Anonim. 2014. *Daftar Perguruan Tinggi di Malang*. http://www.malangkota.go.id/mlg_detail.php?own=fasdidik&id=25 diakses pada tanggal 30 Agustus 2015 pukul 17.28.
- Anonim. 2014. *Ranking Web of Universities*. <http://www.webometrics.info/en/Asia/Indonesia%20> diakses pada tanggal 15 September 2015 pukul 13.31.