

PREFERENSI PENGGUNA MODA TRANSPORTASI KERETA API DHOHO TRAYEK BLITAR – SURABAYA

Oleh:

Nur Aprilia Wahyuni

13/347368/GE/07509

INTISARI

Preferensi konsumen dapat diartikan sebagai rasa kesukaan, pilihan atau suatu hal yang disukai konsumen dan yang terbentuk dari 8 dimensi, diantaranya ialah kecepatan, kemandirian, kenyamanan, ketepatan, kapasitas moda, keterpaduan moda, tarif, informasi rute dan jadwal, serta pertanggungjawaban. Latar belakang dari adanya penelitian ini ialah dikarenakan semakin tingginya minat masyarakat terhadap Kereta Api Dhoho sedangkan harga tiket semakin tahun semakin mahal. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dimensi yang paling berpengaruh dalam pembentukan preferensi pengguna moda Kereta Api Dhoho. Metode penelitian ini ialah metode deskriptif kuantitatif. Teknik pengolahan data dilakukan dengan menggunakan diagram radar, dimana pada diagram tersebut dapat diketahui kedudukan dimensi yang paling berpengaruh dalam pembentukan preferensi. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa pada kelompok sampel hari libur (*weekend*) dimensi yang berpengaruh dalam pembentukan preferensi responden ialah dimensi tarif dengan nilai 4.2, pada kelompok sampel hari biasa (*weekday*) dimensi yang berpengaruh dalam pembentukan preferensi ialah dimensi kenyamanan dengan nilai 4.2, pada kelompok sampel jam kerja (*peak hours*) dimensi yang berpengaruh dalam pembentukan preferensi ialah dimensi keterpaduan moda dengan nilai 4.4.

Kata kunci: Preferensi, *Incidental Sampling*, Diagram Radar, Kereta Api

TRANSPORTATION USER PREFERENCES OF DHOHO TRAIN ROUTE

BLITAR – SURABAYA

By:

Nur Aprilia Wahyuni

13/347368/GE/07509

ABSTRACT

Consumer preferences can be interpreted as a favorite taste, choice or a thing that consumers prefer and which is formed from 8 dimensions, including is the speed, security, comfort, accuracy, modal capacity, integration of modal, tariff, route and schedule information, and accountability. The background of this research is due to the increasing of public interest towards Dhoho Train while ticket price more and more expensive year. This study aims to analyze the most influential dimension in the formation of Dhoho Railway user preferences. The method of this research is quantitative descriptive method. Data processing technique is done by using radar diagram, which in the diagram can know the position of the most influential dimension in the formation of preference. Based on the results of the study it is known that in the sample group of the holiday (weekend) the dimension that influences in the formation of the respondent's preference is the dimension of tariff with the value of 4.2, in the sample group of normal days (weekday) the dimension that influences in the formation of preference is the comfort dimension with value 4.2, the peak hours samples that influence the preference formation are the dimension of the integration of modes with the value 4.4.

Keywords: Preference, Incidental Sampling, Radar Diagram, Railway