

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN DI PT. KERETA API INDONESIA (PERSERO)**

SKRIPSI



OLEH :

Nama : Atika Prasasti

Nim : 212012011.M

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

TAHUN 2016

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN DI PT. KERETA API INDONESIA (PERSERO)**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



OLEH :

Nama : Atika Prasasti

Nim : 212012011.M

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

TAHUN 2016

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Atika Prasasti

Nim : 212012011.M

Fakultas : Ekonomi

Program Studi : Manajemen

Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen”** ini seluruh isinya adalah benar-benar karyasaya sendiri. Dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku. sesuai dengan Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Indonesia Nomor 17 Tahun 2010 tentang pencegahan dan penanggulangan palgiat Di Perguruan Tinggi. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran dan atau pengaduan dari pihak lain terhadap karya ini.

Palembang, Maret 2016

Penulis,


9E00ADF896889207

Atika Prasasti

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap
Kepuasan Konsumen di PT. Kereta Api Indonesia
(Persero)
Nama : Atika Prasasti
NIM : 21.2012.011.M
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran

Telah diterima dan disahkan,
Pada Tanggal.....2016

Pembimbing

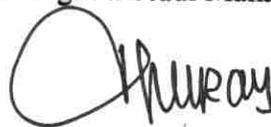

Dr. Trisnarty Adjeng Moelyatie, S.E.M.M

NIDN : 0225126801

Mengetahui,

Dekan

u.b. Ketua Program Studi Manajemen



Hj. Maftuhah Nurrahmi, SE. M. Si

NIDN : 0216057001

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

- *Saat orang lain salah paham tentang dirimu sedangkan engkau tak mampu menjelaskannya maka satu hal yang mungkin mampu menghiburmu, "sesungguhnya aku tidak akan dihissab oleh Allah oleh prasangkaanmu, tapi aku akan diadili olehnya atas kenyataan perbuatanku"*
- *Aku mencintaimu karena Agamamu, jika engkau hilangkan Agamamu dalam dirimu, maka hilanglah cintaku padamu*

Ku persembahkan kepada :

- *Allah SWT*
- *Kedua orang tua Bapak Satim dan Ibu Jamilah yang kusayangi yang selalu ada disetiap doaku dan didalam hatiku*
- *Saudaraku Asep Kurniawan, Andri Martino, dan Agung Aprilyanus*
- *Suamiku Nanda Pratama*
- *Sahabat serta teman-teman seperjuangan*
- *Agama, dan almamater yang kubanggakan*

PRAKATA

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena berkat rahmat dan ridha-Nya telah memberikan petunjuk kepada penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini yang membahas tentang pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen di PT. Kereta Api Indonesia (Persero). adapun penulisan laporan penelitiannya dibagi menjadi lima bab berturut-turut, bab pendahuluan, bab kajian pustaka, bab metode penelitian, bab hasil penelitian dan pembahasan, dan bab simpulan dan saran. Penulis menyadari benar bahwasannya masih banyak kesalahan-kesalahan dan kekurangan-kekurangan dalam penulisan ini, maka dari itu penulis mengharapkan saran dan kritik dari para pembaca guna mendukung penulisan penulis yang akan datang. Akhirnya penulis berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca sekalian. Penulisan laporan ini tentu tidak akan selesai tanpa dorongan dan dukungan banyak pihak. Untuk itu penulis sampaikan terima kasih terutama pada kedua orang tuaku tercinta yang mempunyai makna besar dalam proses ini, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Dr. Trisniarty Adjeng Moelyatie, SE. M.M yang telah membimbing, memberikan pengarahan, saran-saran, dan nasihat dengan tulus dan ikhlas dalam penyelesaian skripsi ini. Selain itu juga penulis berterima kasih kepada pihak-pihak yang telah mengizinkan dan membantu penulis dalam penyelesaian studi di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Palembang :

1. Bapak Abid Djazuli, S.E.,M.Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang beserta staff rektornya
2. Bapak Drs. H. Fauzi Ridwan, M.M. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Muhammadiyah Palembang, beserta staf dan karyawan/karyawati
3. Ibu Maftuhah Nurrahmi,S.E. M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang
4. Ibu Dr. Trisniarty Adjeng Moelyatie, S.E.,M.M selaku pembimbing skripsi
5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang
7. Seluruh Pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis banyak mengucapkan terima kasih atas penghargaan yang setinggi-tingginya buat kalian semua, semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan Rahmat dan Karunia-Nya kepada kalian semua.

Palembang, maret 2016

Atika Prasasti

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN MOTTO	v
HALAMAN PRAKATA	vi
HALAMAN DAFTAR ISI	viii
HALAMAN DAFTAR TABEL	xi
HALAMAN DAFTAR GAMBAR.....	xii
HALAMAN LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. PenelitianSebelumnya.....	7
B. LandasanTeori.....	10
C. Hipotesis	22

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	23
B. Lokasi Penelitian.....	23
C. Operasionalisasi Variabel.....	24
D. Populasi dan Sampel.....	25
E. Data yang Diperlukan.....	26
F. Metode Pengumpulan Data.....	26
G. Analisis Data dan Teknik Analisis.....	28

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian.....	
1. Gambaran Umum Perusahaan.....	35
2. Visi dan Misi Perusahaan.....	37
3. Jumlah Karyawan.....	38
4. Distribusi Koresponden.....	38
B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	
1. Frekuensi Jawaban Variabel Kualitas Pelayanan.....	40
2. Frekuensi Jawaban Variabel Fasilitas.....	44
3. Frekuensi Jawaban Variabel Kepuasan Konsumen.....	46
4. Uji Instrumen Data.....	46
5. Analisis Regresi Linear Berganda.....	49
6. Uji F.....	50
7. Uji T.....	51

8. Koefisien Determinasi	53
9. Hasil Pembahasan	54

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan.....	57
B. Saran	58

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel III.I Variabel, Operasionalisasi Variabel, Indikator Variabel.....	24
Tabel IV.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	38
Tabel IV.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	39
Tabel IV.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	39
Tabel IV.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	40
Tabel. IV.5 Variabel Kualitas Pelayanan.....	41
Tabel IV.6 Variabel Fasilitas	44
Tabel IV.7 Variabel Kepuasan Konsumen	46
Tabel IV.8 Uji Validitas.....	47
Tabel IV.9 Uji Reliabilitas.....	48
Tabel IV.10 Analisis Regresi Linear Berganda.....	49
Tabel IV.11 Uji F.....	51
Tabel IV.12 Uji T.....	52
Tabel IV.13 Koefisien Determinasi	53

DAFTAR GAMBAR

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Hasil Pengelolahan Data SPSS Dari Data Kuesioner
- Lampiran 2 : Penelitian Sebelumnya
- Lampiran 3 : Surat Keterangan Penelitian
- Lampiran 4 : Daftar Pertanyaan Kuesioner
- Lampiran 5 : Aktivitas Bimbingan Skripsi
- Lampiran 6 : Sertifikat Hapalan Surat-surat Pendek Al-Quran
- Lampiran 7 : Sertifikat Toefl
- Lampiran 8 : Sertifikat KKN
- Lampiran 9 : Lembar Persetujuan Perbaikan Skripsi
- Lampiran 10 : Biodata Penulis Skripsi

ABSTRAK

Atika Prasasti/212012011.M/2016/Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen di PT. Kereta Api Indonesia/Manajemen Pemasaran.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah adakah pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas secara simultan dan parsial terhadap kepuasan konsumen di PT. Kereta Api Indonesia (Persero). Tujuannya untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas secara simultan dan parsial terhadap kepuasan konsumen di PT. Kereta Api Indonesia (Persero). Penelitian ini termasuk penelitian asosiatif yang menghubungkan antara dua variabel atau lebih. Terdapat dua variabel yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu kualitas pelayanan dan fasilitas. Populasi dalam penelitian adalah semua konsumen yang pernah menggunakan jasa transportasi di PT. Kereta Api Indonesia yang diambil sejumlah 100 sebagai sampel dengan teknik *accidental sampling*, data primer diperlukan sebagai dasar analisis, sedangkan teknik pengumpulan datanya adalah kuesioner. Analisis data dalam penelitian adalah kualitatif yang dikuantitatifkan. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di PT. Kereta Api Indonesia (Persero).

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, fasilitas, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

Atika Prasasti/ 212012011.M/ 2016 / The Influence of Services and Facilities Quality toward Customer Satisfaction at PT. Kereta Api Indonesia / Marketing Management.

The problem of this study was whether or not there was any influence of the services and facilities quality simultaneously and partially toward consumer satisfaction at PT. Kereta Api Indonesia (Persero). The objective of the study was to find out the influence of the services and facilities quality simultaneously and partially toward consumer satisfaction at PT. Kereta Api Indonesia (Persero). This study was an associative, in order between two or more variables. Two variables affect the customer satisfaction, was the quality of services and facilities. The population was all of consumers who have used the transportation service at PT. Kereta Api Indonesia which was taken 100 as a sample with the technique of *accidental sampling*. The primary data was need as the basis for analysis, while the technique for collecting the data was questionnaire. The data analysis were qualitative and quantitative. The multiple linear regression analysis was used to analyze the data in this study. The results showed that the quality of services and facilities were very influential on consumer satisfaction at PT. Kereta Api Indonesia (Persero).

Key words: *Quality of Service, Facility, Customer Satisfaction*

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Konsumen diibaratkan seorang raja yang harus dilayani, namun dalam hal ini bukan berarti menyerahkan segala-galanya kepada konsumen. Usaha memuaskan kebutuhan konsumen harus dilakukan secara menguntungkan yaitu suatu kondisi dimana kedua belah pihak merasa senang dan tidak ada yang dirugikan. Kepuasan konsumen merupakan suatu hal yang sangat berharga demi mempertahankan keberadaan konsumennya tersebut untuk tetap berjalannya suatu bisnis atau usaha. Dengan begitu suatu perusahaan harus mengetahui apa yang diinginkan oleh konsumen dengan memperhatikan kualitas pelayanan maupun fasilitas yang diberikan oleh setiap perusahaan kepada para konsumen.

Kualitas pelayanan merupakan sesuatu yang dipersepsikan oleh pelanggan, dan akan menilai kualitas sebuah jasa yang dirasakan berdasarkan memahami kebutuhan spesifik pelanggan dan memberikan yang lebih baik. Kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata telah mereka terima. Jika jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan harapan maka kualitas pelayanan di persepsikan baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas, dan

sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah dari harapan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk, menurut Fandy Tjiptono (2008:99).

Menurut Fandy Tjiptono (2011:50), fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas dapat pula berupa segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam memperoleh kepuasan. Karena suatu bentuk jasa tidak dapat dilihat, dicium, diraba, maka aspek wujud fisik menjadi penting sebagai ukuran dari pelayanan. Konsumen akan menggunakan indera penglihatan untuk menilai suatu kualitas pelayanan.

Menurut Philip Kotler (2007: 177), menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Kepuasan konsumen berkontribusi pada sejumlah aspek krusial, seperti terciptanya loyalitas konsumen, meningkatnya reputasi perusahaan, berkurangnya elastisitas harga, berkurangnya biaya transaksi masa depan, dan meningkatnya efisiensi dan produktifitas karyawan. Pada dasarnya tujuan dari bisnis adalah untuk menciptakan konsumen yang merasa puas. Terciptanya kepuasaankonsumen dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan konsumen menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi terciptanya kepuasan konsumen dan pembelian ulang, baik melalui rekomendasi dari mulut ke mulut (*word-of-mouth*), atau promosi langsung yang menguntungkan bagi perusahaan dan mengarah pada

semakin meningkatnya jumlah konsumen baik dengan melakukan upaya pemasaran yang ekspansif maupun secara intensif.

Badan Usaha Milik Negara (BUMN) sebagai salah satu penunjang perekonomian nasional yang juga terus melakukan berbagai upaya dalam menghadapi situasi yang serba sulit dan tak menentu seperti sekarang ini, dimana kemajuan perekonomian suatu negara merupakan unsur utama dalam pembangunan ekonomi negara itu sendiri. Sedangkan tujuan dari pembangunan ekonomi adalah untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia agar tidak tertinggal jauh dengan masyarakat negara lain. Pembangunan di sektor ekonomi bisa meliputi pembangunan industri, pertanian, perdagangan, jasa dan lain-lain. Salah satu sektor jasa yang memiliki peranan yang cukup vital dalam menunjang berbagai aktifitas sehari-hari adalah sektor jasa transportasi.

Transportasi merupakan sarana perkembangan yang penting dan strategis dalam memperlancar roda perekonomian, memperkuat persatuan dan kesatuan serta mempengaruhi semua aspek kehidupan. Pentingnya transportasi tersebut tercermin pada semakin meningkatnya kebutuhan akan jasa angkutan bagi mobilitas orang serta barang. Sebagai akibat meningkatnya perkembangan penduduk dan pengembangan pemukiman yang semakin luas, guna memenuhi kebutuhan tersebut, maka perlu adanya penyediaan jasa transportasi yang semakin meningkat baik jumlah maupun kualitas yang mencakup keamanan, kenyamanan, tepat waktu dan efisien.

Salah satu jenis transportasi yang dapat dijadikan alternatif untuk membantu mengatasi permasalahan kebutuhan transportasi masyarakat adalah kereta api. Kereta api yang merupakan alat transportasi dengan multi keunggulan komparatif seperti hemat bahan bakar, energi, rendah polusi, bebas macet dan bersifat massal. Selain itu juga kereta api juga merupakan alat transportasi yang adaptif dengan tugas pokok dan fungsi mobilisasi arus penumpang dan barang diatas rel serta memiliki peran strategi dalam ekonomi nasional. Menyadari peranan transportasi darat pada khususnya pelayanan pada suatu perusahaan jasa yaitu dengan menjaga keseimbangan dan kebutuhan yang diinginkan. Sebagian besar sektor publik menyadari pentingnya kepuasan konsumen bagi sebuah perusahaan.

Sebagai salah satu perusahaan milik negara yang bergerak dalam bisnis angkutan darat. Kereta Api merupakan alternatif bagi masalah angkutan jalan raya yaitu kemacetan di jalan raya. Dalam perkembangannya PT. Kereta Api Indonesia (Persero) telah menunjukkan kinerja yang semakin membaik, peningkatan jasa yang meningkat dengan memperhatikan kenyamanan, keamanan, tepat waktu, dan efisien. Berbagai keunggulan komparatif yang dimiliki oleh kereta api diharapkan dapat dijadikan bahan pertimbangan guna menjadi solusi permasalahan transportasi perkotaan yang semakin kompleks dan memenuhi harapan masyarakat. Dengan hal ini akan meningkatkan volume pendapatan dengan meningkatkan pengoperasian kereta api.

Berdasarkan hasil survey, konsumen memberikan penilaian terhadap kualitas pelayanan dan fasilitas di PT. Kereta Api Indonesia (Persero). Dengan pernyataan-pernyataan berikut:

1. Pelayanan restorasi yang tidak memuaskan, tidak memuaskan karena menu yang tersedia tidak beragam, harganya yang mahal, rasanya yang kurang enak, dan tidak cekatan dalam melayani permintaan konsumen.
2. WC kotor dan berbau, mengenai kebersihan didalam kereta konsumen sangat mengeluhkan hal ini, dimana didalam WC kereta sangat bau dan kotor, sampah berserakan didalam WC, air pun terkadang tidak tersedia.
3. Tingkat keterlambatan semakin tinggi, jadwal keberangkatan dan jadwal tiba meleset jauh dari jadwal yang ditentukan dan terkadang sering terjadi kecelakaan kereta.
4. Fasilitas AC yang bocor, AC banyak mengalami kebocoran sehingga tak jarang mengenai penumpang.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen di PT. Kereta Api Indonesia (Persero)**.

B. Rumusan Masalah

1. Adakah pengaruh kualitas pelayanan dan failitas secara simultan terhadap kepuasan konsumen di PT. Kereta Api Indonesia (Persero)
2. Adakah pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas secara parsial terhadap kepuasan konsumen di PT. Kereta Api Indonesia (Persero)

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas secara simultan terhadap kepuasan konsumen di PT. Kereta Api Indonesia (Persero)
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas secara parsial terhadap kepuasan konsumen di PT. Kereta Api Indonesia (Persero)

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat memberikan kontribusi atau gambaran terhadap ilmu pengetahuan dalam konsentrasi pemasaran, khususnya yang berhubungan dengan pelayanan publik dalam menciptakan inovasi yang sesuai kebutuhan dan keinginan yang dapat memberikan kepuasan masyarakat (*Consumen*).

2. Bagi PT. Kereta Api Indonesia (Persero)

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan jasa untuk dijadikan masukan dalam meningkatkan kualitas layanan yang dapat berorientasi pada kepuasan konsumen.

3. Bagi Almamater

Penelitian ini dapat menjadi suatu acuan yang diharapkan dapat menambah pengetahuan serta pemahaman penulis terhadap suatu inovasi layanan publik serta dapat dijadikan sebagai referensi untuk mengkaji topik-topik yang berkaitan dengan masalah- masalah yang dibahas.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Sebelumnya

Penelitian yang dilakukan oleh Syamsul Hidayat tahun (2010) dengan judul Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Susu & Capcin Lovers. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan dari rumah susu & capcin lovers di Yogyakarta. Sampel diambil dari 100 responden dengan menggunakan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan dengan menggunakan metode survey melalui kuesioner yang diisi oleh pelanggan, dan kemudian data yang diperoleh dianalisis menggunakan analisis regresi berganda. Analisis ini menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas, analisis regresi berganda, uji asumsi klasik, pengujian hipotesis melalui uji t dan uji f dan analisis koefisien determinasi (R^2).

Dari hasil analisis, indikator dalam penelitian ini adalah valid dan reliables. Faktor yang paling dominan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan diikuti dengan harga. Kemudian uji F dapat diketahui bahwa variabel independen layak untuk menguji variabel dependen. Hasil adjusted R Square adalah 0,568 berarti variabel independen dapat menjelaskan 56,8% dari variabel dependen.

Penelitian juga dilakukan oleh Novalita Widi Astuti (2013) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Taksi Terhadap Kepuasan Konsumen PT.Citra Perdana Kendedes di Malang. Penelitian menggunakan metode kuantitatif. Variabel yang digunakan adalah variabel bebas dan variabel terikat. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 96 dengan pengambilan sample secara *purposive sampling*. Dalam pengumpulan data peneliti menggunakan data primer dan data sekunder yaitu metode kuesioner yang dilengkapi dengan wawancara, observasi, dan dokumen. Metode analisis yang digunakan adalah metode regresi linear berganda. Pengujian secara simultan memberikan kesimpulan bahwa kelima variabel kualitas pelayanan jasa yang terdiri dari (bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil analisis menunjukkan bahwa secara parsial kelima variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Variabel bukti fisik merupakan variabel yang dominan. Dari uji determinasi (R^2) diperoleh hasil sebesar 0,875, yang artinya 8,75% kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variabel bebas yang diteliti, sedangkan sisanya sebesar 12,5% merupakan variabel lain yang tidak terdeteksi dalam penelitian ini, antara lain kompetensi, kesopanan, komunikasi, dan pemahaman terhadap kebutuhan konsumen.

Penelitian yang dilakukan oleh Wiwi Widiyah tahun (2014) dengan judul pengaruh kualitas pelayanan dan kelengkapan fasilitas terhadap kepuasan nasabah pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Cirebon. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survey. Serta alat analisis yang digunakan

adalah regresi berganda. Sampelnya adalah nasabah Bank Muamalat Indonesia Cabang Cirebon sebanyak 69 responden, dan instrumen penelitian yang dipakai adalah angket.

Hasil penelitian dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan dan kelengkapan fasilitas secara simultan mempunyai pengaruh positif, kuat, dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Nilai R sebesar 0,947 dengan R Square 89,70% dan F hitung $288,310 > 3,136$. Secara parsial, T hitung kualitas pelayanan sebesar $14,991 > 1,668$ dan kelengkapan fasilitas $0,881 < 1,668$.

B. Landasan Teori

1. Kualitas Pelayanan

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Sehingga definisi kualitas pelayanan diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaianya dalam mengimbangi harapan konsumen, Fandy Tjiptono(2008: 51).

Menurut Philip Kotler (2008:83) definisi pelayanan merupakan setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan suatu pihak ke pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dapat dikaitkan pada satu produk fisik.

Adapun menurut Fandy Tjiptono (2008:99), kualitas pelayanan merupakan sesuatu yang dipersepsikan oleh pelanggan, dan akan menilai kualitas sebuah jasa yang dirasakan berdasarkan memahami kebutuhan spesifik pelanggan dan memberikan yang lebih baik. Kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata telah mereka terima. Jika jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan harapan maka kualitas pelayanan di persepsikan baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas, dan sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah dari harapan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk.

Terdapat 5 dimensi kualitas pelayanan Menurut Fandy Tjiptono (2008:101) yaitu:

- a. Keandalan (*Reliability*), kemampuan melaksanakan layanan dijanjikan secara menyakinkan dan akurat
- b. Ketanggapan (*Responsiveness*), kesediaan membantu konsumen dan memberikan jasa dengan tepat dan cepat
- c. Jaminan (*Assurance*), pengetahuan dan kesopanan serta kemampuan mereka menyampaikan kepercayaan dan keyakinan
- d. Empati (*Empathy*), kesediaan memberikan perhatian yang mendalam dan khusus kepada masing-masing konsumen
- e. Benda berwujud (*Tangibles*), penampilan fisik, perlengkapan, karyawan dan komunikasi.

Menurut Rambat Lupiyadi (2014:7) Jasa merupakan semua aktifitas ekonomi yang hasilnya tidak merupakan produk dalam bentuk fisik atau konstruksi, yang umumnya dikonsumsi pada saat yang sama dengan waktu dihasilkan dan memberikan nilai tambah (kenyamanan, hiburan, kesenangan, atau kesehatan) atau pemecahan atas masalah yang dihadapi oleh konsumen

Adapun menurut Philip Kotler (2008:266), jasa merupakan semua kegiatan atau manfaat yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain dimana kegiatan atau manfaat itu pada intinya tak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun.

Menurut Philip Kotler (2008:292), ada 4 karakteristik jasa yang membedakan dengan barang yaitu;

a. Tidak berwujud (*Intangibility*)

Jasa memiliki sifat intangibility artinya tidak dapat dilihat, diraba, didengar ataupun dicium sebelum dibeli. seseorang tidak dapat menilai hasil dari jasa sebelum membeli jasa tersebut terlebih dahulu.

b. Tidak terpisahkan (*inseparability*)

Umumnya jasa dijual terlebih dahulu kemudian diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan dimana penyedia jasa juga merupakan bagian dari jasa tersebut, baik penyedia maupun pelanggan yang mempengaruhi hasil jasa tersebut.

c. Bervariasi (*Variability*)

Jasa bersifat sangat variabel karena merupakan *nonstandardized output* yang berarti bahwa terdiri dari banyak variasi bentuk, kualitas, dan jenis, tergantung kepada siapa, kapan, dan dimana jasa tersebut dihasilkan.

d. Mudah lenyap (*perishability*)

Jasa merupakan komoditas yang tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan jika permintaan jasa bersifat konstan sehingga bila tidak digunakan maka jasa tersebut akan berlalu begitu saja. Umumnya permintaan jasa bervariasi dan dipengaruhi faktor musiman.

Menurut Rambat Lupiyadi (2006:85), mengajukan konsep total produk, dimana suatu jasa yang ditawarkan dapat terdiri atas beberapa unsur yaitu:

a. Produk inti atau generic

Unsur jasa ini terdiri atas jasa dasar. Contoh : tempat tidur pada jasa kamar hotel.

b. Produk yang diharapkan (*expected product*)

Terdiri atas jasa inti berikut pertimbangan keputusan pembelian Minimal yang harus dipenuhi, contoh : ruang tunggu yang nyaman di Stasiun atau lift yang bersih.

c. Produk tambahan (*augmented product*)

Area yang memungkinkan suatu produk dideferensiasi terhadap orang lain.

d. Produk potensial

Tampilan (fitur) dan manfaat tambahan yang berguna bagi konsumen atau menambah kepuasan konsumen, contoh: kemudahan-kemudahan atau layanan khusus bagi konsumen yang telah menjadi anggota (member) perusahaan.

Kualitas jasa menurut Wyckoff (Christopher Lovelock) (2008:47), adalah tingkat keunggulan yang diinginkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Keunggulan suatu produk jasa adalah tergantung dari keunikan serta kualitas yang diperlihatkan oleh jasa tersebut, apakah sudah sesuai dengan harapan dan keinginan pelanggan.

2.Fasilitas

Menurut Fandy Tjiptono (2006:45), fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas dapat pula berupa segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam memperoleh kepuasan. Karena suatu bentuk jasa tidak dapat dilihat, dicium, diraba, maka aspek wujud fisik menjadi penting sebagai ukuran dari pelayanan. Konsumen akan menggunakan indera penglihatan untuk menilai suatu kualitas pelayanan.

Apabila fasilitas yang disediakan sesuai dengan kebutuhan, maka konsumen akan merasa puas. Perusahaan yang memberikan suasana menyenangkan dengan desain fasilitas yang menarik akan mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian atas jasa. Artinya bahwa salah satu faktor keputusan pembelian dipengaruhi oleh fasilitas yang diberikan oleh penjual yang dimanfaatkan konsumen sehingga mempermudah konsumen dalam proses pembelian.

Menurut Fandy Tjiptono (2006:67) faktor-faktor yang berpengaruh secara signifikan terhadap desain fasilitas jasa adalah sebagai berikut:

- a) Sifat dan tujuan organisasi
- Sifat suatu jasa sering kali menentukan berbagai persyaratan desainnya. Desain fasilitas yang baik dapat memberikan beberapa manfaat diantaranya perusahaan mudah dikenali dan desain interior menjadi ciri khas atau petunjuk mengenai sifat jasa didalamnya.
- b) Ketersediaan tanah dan kebutuhan akan ruang atau tempat.
- Setiap perusahaan jasa membutuhkan lokasi fisik untuk mendirikan fasilitas jasanya. Dalam menentukan lokasi fisik diperlukan beberapa faktor yaitu kemampuan finansial, peraturan pemerintah berkaitan dengan kepemilikan tanah dan pembebasan tanah dan lain-lain.
- c) Fleksibilitas
- Fleksibilitas desain sangat dibutuhkan apabila volume permintaan sering berfluktuasi dan jika spesifikasi jasa cepat berkembang, sehingga resiko keuangan relatif besar. kedua kondisi ini menyebabkan fasilitas jasa harus dapat disesuaikan dengan kemungkinan perkembangan yang matang.
- d) Faktor estetis
- Fasilitas jasa yang tertata rapi, menarik akan dapat meningkatkan sikap positif pelanggan terhadap suatu jasa, selain itu aspek karyawan terhadap pekerjaan dan motivasi kerjanya juga meningkat.
- e) Masyarakat dengan lingkungan sekitar
- Masyarakat dan lingkungan sekitar fasilitas jasa memainkan peranan

penting dan berpengaruh besar terhadap perusahaan, apabila perusahaan tidak mempertimbangkan faktor ini maka kelangsungan hidup perusahaan bisa terancam.

f) Biaya konstruksi dan operasi

Kedua jenis biaya ini dipengaruhi desain fasilitas. Biaya konstruksi dipengaruhi oleh jumlah dan jenis bangunan yang digunakan. Biaya operasi dipengaruhi oleh kebutuhan energi ruangan, yang berkaitan dengan perusahaan suhu.

Konsumen yang ingin mencari kenyamanan dalam proses menunggu pelaksanaan layanan jasa akan lebih merasa nyaman apabila fasilitas yang digunakan oleh pelanggan dibuat nyaman dan menarik. Unsur-unsur yang perlu dipertimbangkan dalam penyediaan fasilitas dalam usaha jasa menurut Fandy Tjiptono (2006:47-48) yaitu :

1) Pertimbangan/perencanaan spasial

Aspek-aspek seperti proporsi, tekstur, warna, dan lain-lain dipertimbangkan, dikombinasikan dan dikembangkan untuk memancing respon intelektual maupun emosional dari pemakai atau orang yang melihatnya.

2) Perencanaan ruang

Unsur ini mencakup perencanaan interior dan arsitektur, seperti penempatan perabotan dan perlengkapannya dalam ruangan, desain aliran sirkulasi dan lain-lain

3) Perlengkapan/perabotan

Perlengkapan/perabotan berfungsi sebagai sarana yang memberikan kenyamanan, sebagai penunjang atau sebagai infrastruktur pendukung bagi penggunaan barang para pelanggan.

4) Tata cahaya dan warna

Tata cahaya yang dimaksud adalah warna jenis pewarnaan ruangan dan pengaturan pencahayaan sesuai sifat aktifitas yang dilakukan dalam ruangan serta suasana yang diinginkan. Warna dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan efisiensi, menimbulkan kesan rileks, serta mengurangi tingkat kecelakaan.

5) Pesan-pesan yang disampaikan secara grafis

Aspek penting dan saling terkait dalam unsur ini penampilan visual, penempatan, pemilihan bentuk fisik, pemilihan warna, pencahayaan, dan pemilihan bentuk perwajahan lambang atau tanda yang digunakan untuk maksud tertentu.

6) Unsur pendukung

Keberadaan fasilitas utama tidak akan lengkap tanpa adanya fasilitas pendukung lainnya, seperti tempat ibadah, toilet, tempat parkir, tempat lokasi makan dan minum, mendengarkan musik, atau menonton televisi, dan internet area.

3. Kepuasan Konsumen

Menurut Philip Kotler(2007: 177),menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.

Menurut Fandy Tjiptono (2008:24) mendefinisikan kepuasan konsumen adalah respon pelanggan terhadap ketidaksesuain yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja actual produk yang dirasakan setelah pemakaian.kepuasan pelanggan ditentukan oleh berbagai jenis pelayanan yang didapatkan oleh konsumen selama menggunakan beberapa tahapan pelayanan tersebut. Ketidakpuasan yang diperoleh pada tahap awal pelayanan menimbulkan persepsi berupa mutu pelayanan yang buruk untuk tahapan selanjutnya.

Faktor-faktor pendukung kepuasan pelanggan menurut Fandy Tjiptono (2006;61)

a. Kualitas produk/jasa

Kualitas produk/jasa menyangkut lima elemen yaitu; *performance*(kinerja), *reliability*(keandalan),*conformance*(kesesuaian), *durability*(daya tahan), dan *consistency*(konsisten). Konsumen akan merasa puas bila evaluasi menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

b. Kualitas pelayanan

Konsumen akan merasa puas apabila pelayanan yang diberikan sesuai dengan apa yang diharapkan.

c. Faktor emosional

Kepuasan konsumen yang diperoleh pada saat menggunakan suatu produk yang berhubungan dengan gaya hidup. Kepuasan konsumen didasari atas rasa bangga, rasa percaya diri, simbol sukses, dan sebagainya.

d. Harga

Komponen harga sangat penting karena dinilai mampu memberikan kepuasan yang relatif besar. Harga yang murah akan memberikan kepuasan bagi pelanggan yang sensitif terhadap harga karena mereka akan mendapat *value for money* yang tinggi.

e. Kemudahan

Komponen ini berhubungan dengan biaya untuk memperoleh produk atau jasa. Pelanggan akan relatif puas apabila relatif mudah, nyaman, dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.

Strategi kepuasan pelanggan, perusahaan berharap dapat meningkatkan pangsa pasar, penjualan dan jumlah pelanggannya. Berikut strategi kepuasan pelanggan yang dapat diterapkan pada perusahaan jasa menurut Fandy Tjiptono (2005:216):

1) Strategi Manajemen Ekspektasi Pelanggan

Ekspektasi pelanggan dibentuk dan didasarkan pada sejumlah faktor, seperti pengalaman berbelanja dimasa lalu, opini teman dan kerabat, serta informasi dan janji-janji perusahaan dan para pesaingnya.

2) Relasi Pemasaran dan Manajemen

Relasi pemasaran dan manajemen merupakan cara berfikir mengenai pelanggan, pemasaran, dan penciptaan nilai, bukan sekedar serangkaian alat, teknik dan taktik. Dengan kata lain, relasi pemasaran dan manajemen merupakan *ancangan integrative* atau *biostik* yang memperkokoh kompetensi pemasaran perusahaan.

3) *After Marketing* (Setelah Pemasaran)

Tahap ini menekankan pentingnya aktivitas pemasaran dan komunikasi setelah transaksi pembelian. Khususnya dalam rangka memberikan keyakinan setelah tahap pembelian (agar konsumen yakin bahwa keputusan pembelian yang dilakukannya benar-benar bijaksana) dan membangun loyalitas mereka.

4) Strategi Retensi Pelanggan

Strategi retensi pelanggan difokuskan pada teknik-teknik yang digunakan untuk mempertahankan pelanggan agar pelanggan tidak beralih pada pemasok atau perusahaan jasa yang lain.

5) Pelayanan Pelanggan Superior

Pelayanan pelanggan superior diwujudkan dengan cara menawarkan layanan yang lebih baik dibandingkan para pesaing.

6) Sistem Penanganan Komplain secara Efektif

Didalam industri yang sama-sama bergerak dibidang jasa, wajib untuk menanggapi complain dari para pelanggannya, agar dapat mengetahui tingkat kepuasan pelanggan. Pada hakikatnya ada dua tujuan utama pelanggan menyampaikan komplain. Pertama, untuk menutupi kerugian ekonomis, dan kedua adalah untuk memperbaiki citra diri (*self-image*)

7) Strategi Pemasukan atau Infusi Teknologi

Teknologi bisa dimanfaatkan secara efektif untuk meningkatkan dan memuaskan pengalaman layanan kepuasan pelanggan.

8) Strategi Pemulihan Layanan

Dalam perusahaan jasa, seberapa kerasnya usaha penyedia jasa, tetap saja kekecewaan atau tidak kepuasan pelanggan tidak terhindarkan. Maka dari itu, taktik-taktik pemulihan layanan sangat dibutuhkan guna memberikan dampak yang positif terhadap nilai kepuasan pelanggan, minat pembelian ulang, loyalitas dan komitmen pelanggan, juga persepsi pelanggan terhadap keadilan pelayanan jasa.

Menurut FandyTjiptono (2008: 104) ada 3 metode yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengukur kepuasan konsumen yaitu :

- a) Sistem keluhan dan saran, yaitu untuk mengidentifikasi masalah perusahaan harus mengumpulkan informasi langsung dari konsumen dengan cara menyediakan kotak saran.
- b) Survei kepuasan konsumen, dapat dilakukan dengan cara survei melalui pos surat, telephone, maupun wawancara probadi. Dengan cara ini perusahaan dapat menciptakan komunikasi dua arah dan menunjukkan perhatiannya pada konsumen.
- c) Ghost shopping, metode ini digunakan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan perusahaan pesaing dan membandingkannya dengan perusahaan yang bersangkutan.
- d) Analisis kehilangan konsumen, analisis kehilangan konsumen menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan konsumennya, perusahaan seharusnya menganalisa dan memahami mengapa konsumen berhenti mengkonsumsi produk kita.

C. Hipotesis

- 1). Ada pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas secara simultan terhadap kepuasan konsumen di PT. Kereta Api Indonesia (Persero).
- 2). Ada pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas secara parsial terhadap kepuasan konsumen di PT. Kereta Api Indonesia (Persero).

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Dalam penelitiannya penulis menggunakan jenis penelitian berdasarkan tingkat eksplanasi menurut Sugiyono (2011: 3) yaitu :

1. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dimaksudkan untuk mengumpulkan informasi mengenai status masalah yang ada.
2. Penelitian komparatif adalah penelitian yang bersifat membandingkan
3. Penelitian Asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih.

Penelitian ini menggunakan rumusan penelitian asosiatif untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Karena terdapat hubungan kausal yaitu hubungan yang bersifat sebab akibat, dimana terdapat variabel independent (kualitas pelayanan), dan variabel dependent (kepuasan konsumen).

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di PT. Kereta Api Indonesia yang beralamat di Jl. Stasiun Kertapati Palembang.

C. Operasionalisasi Variabel

Tabel III.1
Variabel, Operasionalisasi variabel, Indikator

Variabel	Sub variabel	Definisi	Indikator
Kualitas pelayanan (X1)	Keandalan (<i>Reliability</i>)	Kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan secara menyakinkan dan akurat.	1. Kemudahan menjangkau lokasi stasiun 2. Ketersediaan informasi berkaitan dengan jadwal KA
	Ketanggapan (<i>Responsiveness</i>)	Kesediaan membantu konsumen dan memberikan jasa dengan tepat dan cepat.	1. kecepatan dan kesiapan petugas dalam menyediakan pelayanan bagi pelanggan hingga tuntas 2. kecepatan dalam merespon kondisi darurat didalam kereta maupun stasiun
	Jaminan (<i>Assurance</i>)	Pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh staf, bebas dari bahaya, resiko, dan keragu-raguan.	1. kemampuan petugas dalam melaksanakan pekerjaannya 2. kenyamanan dan keamanan pada saat berada di stasiun dan kereta.
	Empati (<i>Emphaty</i>)	Kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan	1. kesediaan karyawan untuk menghargai dan melayani serta mengutamakan kebutuhan pelanggan. 2. kejujuran dan kesabaran karyawan dalam memberikan pelayanan
	Benda berwujud (<i>tangibles</i>)	Penampilan fisik atau perlengkapan karyawan dan bahan komunikasi.	1. sirkulasi udara didalam kereta 2. ketersediaan alat untuk mengatur rute perjalanan
Fasilitas (X2)	Pertimbangan/perencanaan spasial	Aspek-aspek yang dikombinasikan dan dikembangkan untuk memancing respon intelektual maupun emosional dari pemakai dan orang yang melihatnya	1. proporsi, tekstur dan warna yang elegan
	Perencanaan ruang	Unsur yang mencakup perencanaan interior dan arsitektur	1. penempatan perabotan dan perlengkapan,
	Perlengkapan	Sarana yang memberikan kenyamanan, sebagai penunjang atau sebagai infrastruktur pendukung bagi penggunaan barang para pelanggan	1. ketersediaan listrik, meja, kursi
	Tata cahaya dan warna	Jenis pewarnaan ruangan dan pengaturan pencahayaan sesuai aktifitas yang dilakukan dalam ruangan serta suasana yang diinginkan	1. pewarnaan ruangan yang tidak mencolok 2. pengaturan pencahayaan sesuai sifat aktifitas dan suasana yang diinginkan
	Pesan-pesan secara grafis	Aspek penting dan saling terikat atau tanda yang digunakan untuk maksud tertentu	1. bentuk lambang perusahaan yang mudah dikenali dan diingat
	Unsur pendukung	Fasilitas penunjang yang merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum jasa ditawarkan kepada konsumen	1. tersedia toilet, tempat ibadah, hotspot area, lokasi makan dan minum dan lain-lain
Kepuasan konsumen (Y)		Tingkat perasaan seseorang membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dari kualitas pelayanan di PT. Kereta Api Indonesia ((KAI) dan dibandingkan dengan yang diharapkan oleh konsumen.	1. kembali lagi untuk menggunakan jasa kereta api 2. merekomendasikan kepada orang-orang terdekat konsumen

Sumber ; Gagasan penulis berdasarkan teori, 2015

D. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang menjadi kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya menurut Sugiyono, (2007: 115). Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang pernah menggunakan jasa transportasi darat di PT. Kereta Api Indonesia di Palembang pada tahun 2016. Populasi dalam penelitian ini bersifat *infinite* yaitu jika jumlah individu dalam kelompok tidak mempunyai jumlah yang tetap ataupun jumlahnya tidak terhingga, maka kerangka sampelnya tidak dapat ditampilkan dan diketahui dengan pasti.

Menurut Sugiyono (2007: 116), sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel dalam penelitian ini adalah jumlahnya tidak diketahui dengan pasti. Menurut Sugiyono (2007: 116), sampel yang berjumlah lebih dari 30 sudah dapat dikatakan representatif atau sudah cukup mewakili responden yang ada. Karena bersifat *infinite* maka menggunakan rumus dari green yaitu $50 + 8(n)$, n sendiri adalah variable x yang digunakan dalam penelitian ini. Penelitian ini menggunakan responden yang diambil dari wanita dan pria remaja sampai dewasa. Metode pemilihan sampel dalam penelitian ini dipilih secara non probabilitas (*non probability sampling*). Pengambilan sampel yang digunakan adalah *Accidental sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel secara kebetulan yakni siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti pada

saat penelitian berlangsung dan dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang memenuhi syarat sebagai sumber data.

E. Data yang Diperlukan

Berdasarkan waktu pengumpulannya, data dibedakan atas dua jenis yaitu, data primer dan data sekunder Sugiyono(2012: 308) :

1. Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data pengumpulan data.
2. Data sekunder adalah data yang tidak langsung memberikan data pada pengumpulan data.

Data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu merupakan jawaban yang diberikan responden dari kuesioner yang diedarkan.

F. Metode Pengumpulan Data

Menurut Suharsimi Arikunto (2010: 199) terdapat beberapa cara pengumpulan data penelitian antara lain;

1. Kuesioner

Kuesioner adalah pertanyaan yang dibuat dalam bentuk sederhana dengan metode yang diberikan kepada responden (konsumen PT. Kereta Api

Indonesia), sehingga memperoleh data yang berhubungan dengan judul penelitian.

2. Observasi

Observasi adalah mengamati kegiatan perusahaan yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

3. Wawancara

Wawancara adalah teknik komunikasi langsung kepada konsumen Untuk mendapatkan data yang diperlukan.

4. Dokumentasi

Dokumentasi adalah catatan tertulis tentang berbagai kegiatan atau peristiwa pada waktu yang lalu yang merupakan kumpulan dokumen-dokumen yang berkaitan dengan masalah dalam penelitian berupa laporan kegiatan perusahaan.

Metode pengumpulan data yang akan digunakan adalah kuesioner. Kuesioner diberikan langsung pada konsumen pengguna jasa di PT. Kereta Api Indonesia (KAI).

G. Analisis Data dan Teknik Analisis

1. Analisis Data

Menurut Sugiyono (2011:197) analisis data dalam penelitian dikelompokkan menjadi 2, yaitu:

a. Analisis Kualitatif

Analisis kualitatif yaitu suatu metode analisis dengan menggunakan data dengan menggunakan data yang berbentuk kata, kalimat. Skema dan gambar.

b. Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif yaitu suatu metode analisis dengan menggunakan data berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan.

Metode analisis yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif dan kuantitatif. Analisis kuantitatif dilakukan dengan pengujian statistik dari hasil kuesioner dan secara kualitatif digunakan skala likert dengan pilihan jawaban responden yang kemudian diberi skor sebagai berikut.

Sangat setuju	= SS
Setuju	= S
Netral	= N
Tidak setuju	= TS
Sangat tidak setuju	= STS

Kemudian dikuantitatifkan sebagai berikut

Sangat setuju	= 5
Setuju	= 4
Netral	= 3
Tidak setuju	= 2
Sangat tidak setuju	= 1

2. Teknik Analisis

a. Uji Instrumen Data

1) Uji Validitas

Uji validitas menurut Husein Umar (2009:112) yaitu menunjukkan sejauhmana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur. Uji validitas (test of validity) dilakukan untuk mengetahui apakah alat pengukur yang telah disusun telah memiliki validitas atau tidak. hasilnya akan ditunjukkan oleh suatu indeks sejauh mana alat ukur

benar-benar mengukur apa yang ingin diukur. Menurut Husein Umar (2009:112) valid tidaknya suatu *item instrumen* dapat diketahui dengan membandingkan indeks korelasi *product moment pearson* dengan level signifikansi 5% apabila probabilitas hasil korelasi lebih kecil dari 0,05 (5%) maka *instrument* dinyatakan valid dan apabila probabilitas hasil korelasi lebih besar 0,05 (5%) maka instrumen dinyatakan tidak valid.

Rumus : $50 + 8 (n)$

Keterangan:

n : Variabel X

untuk menguji kevaliditasan dalam penelitian ini digunakan sebanyak 30 responden yang diambil dari 100 responden. Selanjutnya untuk penelitian digunakan 70 responden.

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menurut Husein Umar (2009:112) yaitu alat ukur untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur apakah skor hasil pengukur terbebas dari kesalahan pengukuran alat menunjukkan tingkat konsistensi alat ukur. Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa alat ukur yang digunakan *reliable* apabila nilai *cronbach alpha* $>0,6$. Apabila *r alpha*

positif dan r alpha tersebut lebih dari 0,6 berarti butir dari pernyataan (variabel) tersebut adalah *reliable* (dapat dipercaya).

b. Analisis regresi linear berganda

Menurut Sugiyono (2009:277), analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) dengan variabel dependen (Y). Regresi linear berganda digunakan untuk meramalkan keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi analisis regresi linear berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal 2.

Dengan rumus : $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$

Keterangan :

Y	= Kepuasan Konsumen
X_1	= kualitas pelayanan
X_2	= fasilitas
a	= Konstanta, bila $X_1 X_2 = 0$, maka $Y = a$
$b_1 b_2$	= Koefisien masing-masing variabel X
e	= Error term

c. Uji hipotesis

1) Uji F (Uji Secara Simultan)

Menurut Sugiyono (2010:84), uji f digunakan untuk mengetahui tingkat signifikan pengaruh variabel-variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen. Langkah-langkah pengujian hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a) Menentukan Hipotesis :

Hipotesis dirumuskan sebagai berikut:

H_0 : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas pelayanan dan fasilitas secara simultan terhadap kepuasan konsumen

H_a : Ada pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas pelayanan dan fasilitas secara simultan Terhadap kepuasan konsumen

b) Menentukan F-tabel dengan tingkat keyakinan 95% tingkat

kesalahan (α) 5% = 0,05 dan derajat kebebasan (df) = n-k-1

c) Kesimpulan :

H_0 ditolak dan H_a diterima apabila $F - \text{hitung} \geq F - \text{tabel}$, atau signifikan $f > \alpha (0,05)$ Artinya tidak ada pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas secara simultan terhadap kepuasan konsumen

H_0 diterima dan H_a ditolak apabila $F - \text{hitung} < F - \text{tabel}$. Atau signifikan $f > \alpha (0,05)$ Artinya ada pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas secara simultan terhadap kepuasan konsumen

2) Uji T (Uji Secara Parsial)

Menurut Sugiyono (2010:89) uji t adalah untuk mengetahui variabel-variabel bebas secara parsial (satu persatu) terhadap variabel terikat. Langkah – langkah untuk menentukan uji t adalah sebagai berikut:

a) Menentukan hipotesis:

Hipotesis dirumuskan sebagai berikut :

H_0 : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas pelayanan dan fasilitas secara parsial terhadap kepuasan konsumen

H_a : Ada pengaruh yang kuat antara variabel kualitas pelayanan dan fasilitas secara parsial terhadap kepuasan konsumen

b) Menentukan t-tabel dengan tingkat keyakinan 95% tingkat kesalahan(α)5%
= 0,05 dan derajat kebebasan (df) = n-2

c) Kesimpulan :

H_0 ditolak dan H_a diterima apabila $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$, atau signifikan $t > \alpha$ (0,05) Artinya tidak ada pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas secara parsial terhadap kepuasan konsumen.

H_0 diterima dan H_a ditolak apabila $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$. Atau signifikan $t > \alpha$ (0,05) Artinya ada pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas secara parsial terhadap kepuasan konsumen

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Perusahaan

Kehadiran kereta api di Indonesia ditandai dengan pencangkulan pertama pembangunan jalan KA di desa Kemijen, Jum'at tanggal 17 Juni 1864 oleh Gubernur Jenderal Hindia Belanda, Mr. L.A.J Baron Sloet van den Beele. Pembangunan diprakarsai oleh Naamlouze Venootschap Nederlandsch Indische Spoorweg Maatschappij (NV. NISM) yang dipimpin oleh Ir. J.P de Bordes dari Kemijen menuju desa Tanggung (26 Km) dengan lebar sepur 1435 mm. Ruas jalan ini dibuka untuk angkutan umum pada hari Sabtu, 10 Agustus 1867.

Keberhasilan swasta, NV. NISM membangun jalan KA antara Kemijen-Tanggung, yang kemudian pada tanggal 10 Februari 1870 dapat menghubungkan kota Semarang - Surakarta (110 Km), akhirnya mendorong minat investor untuk membangun jalan KA di daerah lainnya. Tidak mengherankan, kalau pertumbuhan panjang jalan rel antara 1864 - 1900 tumbuh dengan pesat. Kalau tahun 1867 baru 25 Km, tahun 1870 menjadi 110 Km, tahun 1880 mencapai 405 Km, tahun 1890 menjadi 1.427 Km dan pada tahun 1900 menjadi 3.338 Km.

Selain di Jawa, pembangunan jalan KA juga dilakukan di Aceh (1874), Sumatera Utara (1886), Sumatera Barat (1891), Sumatera Selatan (1914), bahkan tahun 1922 di Sulawesi juga telah dibangun jalan KA sepanjang 47 Km antara Makasar-Takalar, yang pengoperasiannya dilakukan tanggal 1 Juli 1923, sisanya Ujungpandang - Maros belum sempat diselesaikan. Sedangkan di Kalimantan, meskipun belum sempat dibangun, studi jalan KA Pontianak - Sambas (220 Km) sudah diselesaikan. Demikian juga di pulau Bali dan Lombok, pernah dilakukan studi pembangunan jalan KA.

Sampai dengan tahun 1939, panjang jalan KA di Indonesia mencapai 6.811 Km. Tetapi, pada tahun 1950 panjangnya berkurang menjadi 5.910 km, kurang lebih 901 Km raib, yang diperkirakan karena dibongkar semasa pendudukan Jepang dan diangkut ke Burma untuk pembangunan jalan KA di sana.

Jenis jalan rel KA di Indonesia semula dibedakan dengan lebar sepur 1.067 mm; 750 mm (di Aceh) dan 600 mm di beberapa lintas cabang dan tram kota. Jalan rel yang dibongkar semasa pendudukan Jepang (1942 - 1943) sepanjang 473 Km, sedangkan jalan KA yang dibangun semasa pendudukan Jepang adalah 83 km antara Bayah - Cikara dan 220 Km antara Muaro - Pekanbaru. Ironisnya, dengan teknologi yang seadanya, jalan KA Muaro - Pekanbaru diprogramkan selesai pembangunannya selama 15 bulan yang mempekerjakan 27.500 orang, 25.000 diantaranya adalah Romusha. Jalan yang melintasi rawa-rawa, perbukitan, serta sungai yang deras arusnya

ini, banyak menelan korban yang makamnya bertebaran sepanjang Muaro-Pekanbaru.

Setelah kemerdekaan Indonesia diproklamisikan pada tanggal 17 Agustus 1945, karyawan KA yang tergabung dalam Angkatan Moeda Kereta Api (AMKA) mengambil alih kekuasaan perkeretaapian dari pihak Jepang. Peristiwa bersejarah tersebut terjadi pada tanggal 28 September 1945. Pembacaan pernyataan sikap oleh Ismangil dan sejumlah anggota AMKA lainnya, menegaskan bahwa mulai tanggal 28 September 1945 kekuasaan perkeretaapian berada di tangan bangsa Indonesia. Orang Jepang tidak diperbolehkan campur tangan lagi urusan perkeretaapian di Indonesia. Inilah yang melandasi ditetapkannya 28 September 1945 sebagai Hari Kereta Api di Indonesia, serta dibentuknya Djawatan Kereta Api Republik Indonesia (DKARI),

2. Visi dan Misi

Adapun Visi dan Misi PT Kereta Api Indonesia (Persero) adalah:

- a. Visi Perusahaan: menjadi penyedia jasa perkeretaapian terbaik yang fokus pada pelayanan pelanggan dan memenuhi harapan *stakeholders*.
- b. Misi Perusahaan: menyelenggarakan bisnis perkeretaapian dan bisnis usaha penunjangnya, melalui praktek bisnis dan model organisasi terbaik untuk memberikan nilai tambah yang tinggi bagi *stakeholders* dan kelestarian lingkungan berdasarkan 4 pilar utama : Keselamatan, Ketepatan waktu, Pelayanan dan Kenyamanan.

4. Jumlah Karyawan

Jumlah karyawan pada PT Kereta Api Indonesia (Persero) berjumlah 25.361 orang karyawan

5. Distribusi Koresponden

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan jenis kelamin jumlah responden dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel IV.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	Laki-Laki	45	64%
2	Perempuan	25	36%
Total		70	100%

Sumber : Hasil Pengolahan data primer, 2015

Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa berdasarkan jenis kelamin laki-laki sebanyak 45 orang (64%) dan perempuan sebanyak 25 orang (36%). Jadi responden terbanyak adalah laki-laki,

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Berdasarkan pendidikan terakhir jumlah responden dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel IV.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

No	Pendidikan	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	SD	-	0%
2	SMP	-	0%
3	SMA	30	43%
4	D1/D2/D3	15	21%
5	S1	25	36%
6	S2/S3	-	0%
Total		70	100%

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2015

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa berdasarkan pendidikan responden untuk SMA sebanyak 30 orang (43%) Diploma sebanyak 15 Orang (21%), dan S1 sebanyak 25 orang (36%). Jadi responden terbanyak adalah yang berpendidikan SMA.

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan masa kerja jumlah responden dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel IV.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah (orang)	Persentase
1	Pelajar/masiswa	23	33%
2	Swasta	31	44%
3	Pegawai negeri	9	13%
4	Pengusaha	7	10%
	Jumlah	70	100%

sumber: Data yang diolah

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa berdasarkan pendidikan responden untuk Pelajar/mahasiswa sebanyak 23 orang

(33%) pekerja swastas sebanyak 31 Orang (44%), dan Pegawai negeri sebanyak 9 orang (13%) dan pengusaha sebanyak 7 orang (10%).

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan jumlah responden, diperoleh data tentang usia responden yang dapat dilihat di tabel berikut:

Tabel IV.4
Berdasarkan Usia Responden

No	Masa Kerja	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	20 – 25 Tahun	2	3%
2	26 – 30 Tahun	2	3%
3	31 – 35 Tahun	18	26%
4	> 35 tahun	48	68%
Total		70	100%

Sumber: Hasil pengolahan data primer, 2015

Berdasarkan tabel diatas kita dapat melihat usia para responden yaitu pada usia 20 – 25 tahun terdapat 3 (3%) karyawan, sedangkan pada usia 26 – 30 tahun terdapat 2 (3%) karyawan, 31 – 35 tahun terdapat 18 (18%) karyawan dan pada usia > 35 tahun terdapat 48 (68%) karyawan.

B. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Frekuensi Jawaban Variabel Kualitas Pelayanan

Berikut tanggapan responden terhadap variabel dari indikator:

Tabel IV.5
Variabel Kualitas Pelayanan

No	Sub Variabel	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS	Jumlah
1	<i>Reliability</i>	Lokasi stasiun mudah dijangkau	14	32	21	3	-	70
2		Informasi Jadwal KA mudah didapat	14	33	20	2	1	70
3	<i>Responsiveness</i>	Petugas yang selalu siap dan cepat dalam memberikan pelayanan	12	31	20	6	1	70
4		Cepat merespon kondisi darurat didalam kereta maupun stasiun	13	29	19	9	-	70
5	<i>Assurance</i>	kemampuan petugas dalam melaksanakan pekerjaannya sudah baik	13	31	18	8	-	70
6		kenyamanan dan keamanan pada saat berada di stasiun dan kereta sudah baik	8	30	22	8	2	70
7	<i>Emphaty</i>	kesediaan karyawan untuk menghargai dan melayani serta mengutamakan kebutuhan pelanggan.	11	29	21	8	1	70
8		kejujuran dan kesabaran karyawan dalam memberikan pelayanan sudah baik	11	27	25	7	-	70
9	<i>Tangibles</i>	sirkulasi udara didalam kereta sudah baik	13	27	19	11	1	70
10		Adanya alat untuk mengatur rute perjalanan	14	29	17	7	3	70

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2015

Tabel tersebut menunjukkan bahwa jawaban responden pada pertanyaan pertama dari variabel tersebut adalah 14 orang responden (20%) menjawab sangat setuju, 32 orang responden (46%) menjawab setuju, 21

orang responden (30%) menjawab ragu-ragu, dan hanya 3 responden menjawab tidak setuju.

Jawaban responden pada pertanyaan kedua dari variabel tersebut adalah sebanyak 14 orang responden (20%) menjawab sangat setuju, 33 orang responden (47%) menjawab setuju, 20 orang responden (29%) menjawab ragu-ragu, 2 orang responden (3%) menjawab tidak setuju, dan 1 orang responden (1%) menjawab sangat tidak setuju.

Jawaban responden pada pertanyaan ketiga dari variabel tersebut adalah sebanyak 13 orang responden (18%) menjawab sangat setuju, 29 orang responden (41%) menjawab setuju, 19 orang responden (27%) menjawab ragu-ragu, dan 9 orang responden (13%) menjawab tidak setuju

Jawaban responden pada pertanyaan keempat dari variabel tersebut adalah sebanyak 13 orang responden (19%) menjawab sangat setuju, 31 orang responden (44%) menjawab setuju, 18 orang responden (26%) menjawab ragu-ragu, dan ada 8 orang responden (11%) menjawab tidak setuju.

Jawaban responden pada pertanyaan kelima dari variabel tersebut adalah sebanyak 8 orang responden (11%) menjawab sangat setuju, 30 orang responden (43%) menjawab setuju, 22 orang responden (26%) menjawab ragu-ragu, dan 11 orang responden (11%) menjawab tidak setuju.

Jawaban responden pada pertanyaan keenam dari variabel tersebut adalah sebanyak 10 orang responden (10%) menjawab sangat setuju, 43

orang responden (43%) menjawab setuju, 32 orang responden (32%) menjawab ragu-ragu, 11 orang responden (11%) menjawab tidak setuju, dan 4 orang responden (4%) menjawab sangat tidak setuju.

Jawaban responden pada pertanyaan ketujuh dari variabel tersebut adalah sebanyak 11 orang responden (16%) menjawab sangat setuju, 29 orang responden (41%) menjawab setuju, 21 orang responden (30%) menjawab ragu-ragu, 8 orang responden (11%) menjawab tidak setuju, dan 1 orang responden (1%) menjawab sangat tidak setuju.

Jawaban responden pada pertanyaan kedelapan dari variabel tersebut adalah sebanyak 11 orang responden (16%) menjawab sangat setuju, 27 orang responden (39%) menjawab setuju, 25 orang responden (36%) menjawab ragu-ragu, dan 7 orang responden (10%) menjawab tidak setuju.

Jawaban responden pada pertanyaan kesembilan dari variabel tersebut adalah sebanyak 13 orang responden (19%) menjawab sangat setuju, 27 orang responden (39%) menjawab setuju, 19 orang responden (27%) menjawab ragu-ragu, 10 orang responden (14%) menjawab tidak setuju, dan 1 orang responden (1%) menjawab sangat tidak setuju.

Jawaban responden pada pertanyaan kesepuluh dari variabel tersebut adalah sebanyak 14 orang responden (20%) menjawab sangat setuju, 29 orang responden (41%) menjawab setuju, 17 orang responden (24%) menjawab ragu-ragu, 7 orang responden (10%) menjawab tidak setuju, dan 3 orang responden (4%) menjawab sangat tidak setuju.

2. Frekuensi Jawaban Variabel Fasilitas

Tabel IV.6
Variabel Fasilitas

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS	Jumlah
1	Tekstur dan Warna Kereta Api sudah bagus	19	43	1	1	-	70
2	Sirkulasi udara sudah baik	16	28	19	2	2	70
3	Listrik, Meja dan Kursi tersedia dengan baik	6	28	31	4	1	70
4	Warna Ruangan Tidak Mencolok	7	31	27	4	1	70
5	Pencahayaan pada Kereta Api sudah sesuai yang diinginkan	12	25	20	10	3	70
6	Lambang perusahaan yang mudah dikenali	16	35	14	5	-	70
7	Tersedianya toilet, tempat ibadah, hotspot area, lokasi makan dan minuman dan lain-lain	12	25	24	8	1	70

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2015

Jawaban responden pada pertanyaan pertama dari variabel tersebut adalah sebanyak 19 orang responden (27%) menjawab sangat setuju, 43 orang responden (61%) menjawab setuju, 7 orang responden (10%) menjawab ragu-ragu, dan 1 orang responden (1%) menjawab tidak setuju.

Jawaban responden pada pertanyaan kedua dari variabel tersebut adalah sebanyak 16 orang responden (23%) menjawab sangat setuju, 28 orang responden (40%) menjawab setuju, 19 orang responden (27%) menjawab ragu-ragu, 5 orang responden (7%) menjawab tidak setuju, dan 2 orang responden (2%) menjawab sangat tidak setuju.

Jawaban responden pada pertanyaan ketiga dari variabel tersebut adalah sebanyak 6 orang responden (9%) menjawab sangat setuju, 28 orang

responden (40%) menjawab setuju, 31 orang responden (44%) menjawab ragu-ragu, 4 orang responden (6%) menjawab tidak setuju, dan 1 orang responden (1%) menjawab sangat tidak setuju.

Jawaban responden pada pertanyaan keempat dari variabel tersebut adalah sebanyak 7 orang responden (10%) menjawab sangat setuju, 31 orang responden (44%) menjawab setuju, 27 orang responden (39%) menjawab ragu-ragu, 4 orang responden (6%) menjawab tidak setuju, dan 1 orang responden (1%) menjawab sangat tidak setuju.

Jawaban responden pada pertanyaan kelima dari variabel tersebut adalah sebanyak 12 orang responden (17%) menjawab sangat setuju, 25 orang responden (36%) menjawab setuju, 20 orang responden (29%) menjawab ragu-ragu, 10 orang responden (14%) menjawab tidak setuju, dan 3 orang responden (4%) menjawab sangat tidak setuju.

Jawaban responden pada pertanyaan keenam dari variabel tersebut adalah sebanyak 16 orang responden (23%) menjawab sangat setuju, 35 orang responden (50%) menjawab setuju, 14 orang responden (20%) menjawab ragu-ragu, dan 5 orang responden (7%) menjawab tidak setuju

Jawaban responden pada pertanyaan ketujuh dari variabel tersebut adalah sebanyak 12 orang responden (17%) menjawab sangat setuju, 25 orang responden (36%) menjawab setuju, 24 orang responden (34%) menjawab ragu-ragu, 8 orang responden (11%) menjawab tidak setuju, dan 1 orang responden (1%) yang menjawab sangat tidak setuju

3. Frekuensi Jawaban Variabel Kepuasan Konsumen

Tabel IV.7
Variabel Kepuasan Konsumen

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS	Jumlah
1	Kembali lagi menggunakan jasa Kereta Api	15	35	16	3	1	70
2	Memberitahu Kepada orang-orang terdekat agar menggunakan jasa Kereta Api	21	27	18	1	3	70

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2015

Jawaban responden pada pertanyaan pertama dari variabel tersebut adalah sebanyak 15 orang responden (21%) menjawab sangat setuju, 35 orang responden (50%) menjawab setuju, 16 orang responden (23%) menjawab ragu-ragu, 3 orang responden (4%) menjawab tidak setuju, dan 1 orang responden (1%) menjawab sangat tidak setuju.

Jawaban responden pada pertanyaan kedua dari variabel tersebut adalah sebanyak 21 orang responden (30%) menjawab sangat setuju, 27 orang responden (39%) menjawab setuju, 18 orang responden (26%) menjawab ragu-ragu, 1 orang responden (1%) menjawab tidak setuju, dan 3 orang responden (4%) menjawab sangat tidak setuju.

a. Uji Instrumen

1) Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur sah atau tidaknya indikator atau kuesioner dari masing-masing variabel. Pengujian

dilakukan dengan membandingkan r_{hitung} dan r_{tabel} dengan menggunakan program SPSS, Selanjutnya pengujian validitas data dengan menggunakan uji dua sisi dengan taraf signifikan 5%. Pengujian validitas ini dilakukan terhadap 100 responden, maka r_{tabel} $df = n - 2$ dengan taraf signifikan 5%, $df = 100 - 2 = 98$, maka $r_{tabel} = 0,1966$. Tingkat kevalidan indikator atau kuesioner dapat ditentukan, apabila $r_{hitung} > r_{tabel} = \text{Valid}$ dan $r_{hitung} < r_{tabel} = \text{Tidak Valid}$. Hasil uji validitas selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel IV.8
Uji Validitas

Variabel	Sub Variabel	Pertanyaan	R_{hitung}	R_{tabel}	keterangan
Kualitas Pelayanan	Reliability	Pertanyaan1	0,457	0,2352	Valid
		Pertanyaan2	0,655		
	Responsiveness	Pertanyaan3	0,684		
		Pertanyaan4	0,673		
	Assurance	Pertanyaan5	0,700		
		Pertanyaan6	0,428		
	Emphaty	Pertanyaan7	0,652		
		Pertanyaan8	0,528		
	Tangibles	Pertanyaan9	0,684		
		Pertanyaan10	0,718		
Fasilitas		Pertanyaan1	0,568	0,2352	Valid
		Pertanyaan2	0,793		
		Pertanyaan3	0,647		
		Pertanyaan4	0,672		
		Pertanyaan5	0,840		
		Pertanyaan6	0,528		
		Pertanyaan7	0,651		
Kepuasan Konsumen		Pertanyaan1	0,839	0,2352	Valid
		Pertanyaan2	0,885		

Sumber :Hasil Pengolahan Data dengan SPSS Versi 22.00

Dari tabel tersebut hasil uji validitas memperlihatkan nilai r hitung setiap indikator variabel Kualitas pelayanan, Fasilitas dan Kepuasan Konsumen lebih besar dibanding nilai r tabel. Dengan demikian indikator atau kuesioner yang digunakan oleh masing-masing variabel Kualitas pelayanan, fasilitas dan kepuasan konsumen dinyatakan valid untuk digunakan sebagai alat ukur variabel.

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah indikator atau kuesioner yang digunakan dapat dipercaya atau handal sebagai alat ukur variabel. Untuk mengetahui suatu instrumen dinyatakan reliabilitas, menurut Sugiyono (2012) mengemukakan bahwa: "Suatu instrumen dinyatakan reliabel, bila koefisien reliabilitas minimal 0.60". Berdasarkan pendapat tersebut, maka dapat diketahui bahwa suatu instrumen dinyatakan reliabel jika nilai $\text{Alpha} \geq 0.60$, sedangkan suatu instrumen dinyatakan tidak reliabel jika nilai $\text{Alpha} < 0.60$.

Tabel VI.9
Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Standar Reabilitas</i>	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,822	0,60	Reliabel
Fasilitas	0,768	0,60	Reliabel
Kepuasan Konsumen	0,651	0,60	Reliabel

Sumber :Hasil Pengolahan Data dengan SPSS Versi 22.00

Nilai *cronbach's alpha* semua variabel lebih besar dari 0,60, sehingga dapat disimpulkan indikator atau kuesioner yang digunakan variabel kualitas pelayanan, fasilitas dan kepuasan konsumen semua dinyatakan reliabilitas atau dapat dipercaya sebagai alat ukur variabel.

b. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda ini digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen.

Tabel IV.10
Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	1,909	1,187	
	Kualitas Pelayanan x1	,135	,036	,197
	Fasilitas x2	,148	,048	,388

Sumber: Data yang diolah menggunakan SPSS 2.2

Berdasarkan tabel diatas diperoleh koefisien regresi masing-masing variabel yaitu nilai konstanta (*Constant*) sebesar 1,909, Koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan sebesar 0,135 dan koefisien regresi variabel fasilitas adalah sebesar 0,148 dari koefisien-koefisien tersebut dapat dibentuk suatu persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 1,909 + 0,135 + 0,148$$

Berdasarkan persamaan regresi tersebut, nilai konstan sebesar 1,909 (positif), menunjukkan bahwa apabila kualitas pelayanan dan fasilitas bernilai 0 (nol) maka kepuasan konsumen PT Kereta Api Indonesia (Persero) adalah sebesar 1,909.

Nilai koefisien regresi Kualitas pelayanan adalah sebesar 0,135 (positif) artinya jika kualitas pelayanan meningkat sebesar 1 maka Kepuasan Konsumen PT Kereta Api Indonesia (Persero) akan meningkat 0,135, sebaliknya jika kualitas pelayanan menurun sebesar 1 maka kepuasan konsumen PT Kereta Api Indonesia (Persero) akan menurun sebesar 0,135, dengan asumsi Fasilitas tetap.

Nilai koefisien regresi Fasilitas adalah sebesar 0,148 (positif) artinya jika fasilitas meningkat sebesar 1 maka Kepuasan Konsumen PT Kereta Api Indonesia (Persero) akan meningkat 0,148, sebaliknya jika fasilitas menurun sebesar 1 maka kepuasan konsumen PT Kereta Api Indonesia (Persero) akan menurun sebesar 0,148, dengan asumsi Kualitas Pelayanan tetap.

c. Uji F (secara simultan)

Anova (uji F) bertujuan untuk mengetahui apakah variabel Kualitas pelayanan dan fasilitas (secara simultan) berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Konsumen. Adapun hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel IV.11
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	49,214	2	24,607	12,864	,000 ^b
	Residual	128,158	67	1,913		
	Total	177,371	69			

a. Dependent Variable: kepuasan_konsumen_Y

b. Predictors: (Constant), Fasilitas_x2, Kualitas_Pelayanan_x1

Sumber: Data yang diolah menggunakan SPSS 2.2

Berdasarkan Anova tersebut, dapat dilihat bahwa nilai F hitung untuk variabel kualitas pelayanan dan Fasilitas terhadap kepuasan konsumen adalah sebesar 12,864 sedangkan F tabel dengan tingkat keyakinan 95%, tingkat kesalahan (α) sebesar 5% dan derajat kebebasan (df)= $n-k-1$. $df_1 = 2-1 = 1$ dan $df_2 = 70-2-1 = 67$ adalah sebesar 3,98.

Pada penelitian ini $F_{hitung} (12,864) > F_{tabel} (3,98)$ dan $sig\ 0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara variabel kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen PT Kereta Api Indonesia (Persero) dengan demikian berarti secara simultan hipotesis terbukti.

d. Uji T (secara parsial)

Uji T bertujuan untuk mengetahui apakah variabel kualitas pelayanan dan fasilitas secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Adapun hasilnya dapat dilihat pada tabel VI.21 berikut ini.

Tabel IV.12
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,909	1,187		1,608	,113
	Kualitas Pelayanan x1	,135	,036	,197	2,556	,024
	Fasilitas x2	,148	,048	,388	3,061	,003

a. Dependent Variable: kepuasan_konsumen_Y

Sumber: Data yang diolah menggunakan SPSS 2.2

Nilai T_{tabel} dengan taraf nyata (α) = 5% dan $df (n-2) = (70-2) = 68$, adalah sebesar 1,66757. Dapat dijelaskan bahwa:

1) Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan tabel Coefficiensts diatas, dapat dilihat bahawa nilai t hitung untuk variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen adalah sebesar 2,556, hal ini berarti $t_{\text{hitung}} (2,556) > t_{\text{tabel}} (1,66757)$ dan $\text{sig } 0,024 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Berarti ada pengaruh secara parsial antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

2) Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan tabel Coefficiensts diatas, dapat dilihat bahawa nilai t hitung untuk variabel fasilitas terhadap kepuasan konsumen adalah sebesar 3,601, hal ini berarti $t_{\text{hitung}} (3,601) > t_{\text{tabel}} (1,66757)$ dan $\text{sig } 0,003 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Berarti ada pengaruh secara parsial antara fasilitas terhadap kepuasan konsumen.

e. Koefisien determinasi

Koefisien Determinasi ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar sumbangan variabel bebas, yaitu kualitas pelayanan dan fasilitas secara simultan terhadap variabel terikat yaitu kepuasan konsumen pada PT Kereta Api Indonesia (Persero).

Tabel IV.13
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,526 ^a	,277	,262	1,315

a. Predictors: (Constant), fasilitas_x2, Kualitas_Pelayanan_x1

Sumber: Data yang diolah menggunakan SPSS 2.2

Berdasarkan tabel VI.22 tersebut, dapat dilihat nilai *R Square* (R^2) sebesar 0.277 (27,7%), angka tersebut menggambarkan bahwa Kepuasan Konsumen pada PT Kereta Api Indonesia (Persero). Dapat dijelaskan Kualitas Pelayanan dan Fasilitas sebesar 27,7% sedangkan sisanya merupakan faktor-faktor lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.

Koefisien determinasi merupakan bagian dari keragaman variabel Y (terikat) yang dapat diterangkan atau diperhitungkan oleh keragaman variabel X (bebas), yaitu koefisien yang mengukur besarnya persentase kontribusi variasi X terhadap Y. Dalam penelitian ini nilai R^2 menggambarkan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh

jika ada peningkatan terhadap kualitas pelayanan dan fasilitas maka akan meningkatkan kepuasan konsumen pada PT Kereta Api Indonesia (Persero). Sebaliknya jika ada penurunan terhadap kualitas pelayanan dan fasilitas akan menurunkan kepuasan konsumen.

Menurut kriteria signifikan atas pengaruh variabel $R^2 = 0,277$ (27,7%) yang mempunyai arti bahwa penelitian ini berpengaruh cukup berarti, dikarenakan $R^2 = 0$ maka pengaruh antara kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen, lemah. Meskipun demikian, variabel kualitas pelayanan dan fasilitas harus menjadi perhatian bagi perusahaan agar dapat meningkatkan kepuasan konsumen di perusahaan tersebut.

f. Hasil Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian diatas diketahui variabel fasilitas lebih berpengaruh dibandingkan dengan variabel kualitas pelayanan hal ini disebabkan Fasilitas adalah sarana yang sifatnya mempermudah konsumen untuk melakukan suatu aktivitas. Konsumen pada jaman sekarang adalah konsumen yang kritis yang sangat berhati-hati dalam membelanjakan uang. Mereka mempertimbangkan banyak faktor untuk memilih sebuah produk atau jasa termasuk jasa angkutan darat.

Fasilitas menjadi salah satu pertimbangan konsumen dalam menentukan pilihan. Pada tingkat harga yang hampir sama, Semakin

lengkap fasilitas yang disediakan PT Kereta Api Indonesia maka akan semakin puas pelanggan dan ia akan terus memilih perusahaan tersebut sebagai pilihan prioritas berdasarkan persepsi yang ia peroleh terhadap fasilitas yang tersedia. Menurut Tjiptono (2006) Persepsi yang diperoleh dari interaksi pelanggan dengan fasilitas berpengaruh terhadap kualitas jasa tersebut dimata pelanggan

Fasilitas mempunyai peran yang sangat penting untuk mencapai kepuasan pelanggan meskipun masih banyak faktor-faktor lain yang ikut menjadi pertimbangan didalam mencapai kepuasan konsumen. Perusahaan perlu lebih memperhatikan fasilitas-fasilitas yang akan diberikan kepada konsumen ataupun calon konsumen karena hanya dengan fasilitas saja akan menjadi bahan pertimbangan konsumen dalam mencapai kepuasan konsumen.

Variabel Kualitas Layanan juga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen hal ini dikarenakan kualitas layanan adalah penilaian menyeluruh konsumen terhadap hasil pelayanan yang dirasakan saat menerima pelayanan dari penyedia jasa, sehingga kualitas jasa / pelayanan lebih tepat dan spesifik menggunakan model SERVPERF. Model SERVPERT adalah model pengukuran kualitas layanan yang didasarkan pada *performance* pasca pembelian atau setelah pengkomsumsian. Aydin dan Ozer (2004) dalam Retansa (2009) menjelaskan pentingnya kualitas pelayanan untuk meningkatkan profitabilitas dan kesuksesan perusahaan. Kualitas pelayanan berkaitan

dengan keputusan pelanggan, kesempurnaan total atau superioritas pelayanan perusahaan.

Kualitas layanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen hal ini disebabkan karena konsumen akan merasa nyaman apabila diperlakukan dengan sopan, ramah dan tidak memandang status sosial. bukan hanya konsumen akan merasa senang akan tetapi konsumen akan terus kembali dan juga bukan tidak mungkin konsumen akan merekomendasikan perusahaan kita kepada yang lainnya dengan begitu perusahaan juga akan mendapatkan keuntungan.

Untuk itulah sebaiknya perusahaan memperhatikan kedua variabel tersebut agar kedepannya dapat memperbaiki fasilitas maupun kualitas layanan dan dapat mencapai kepuasan konsumen.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dengan regresi linier berganda variabel yang penulis lakukan pada variabel Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen dengan persamaan $Y = 1,909 + 0,135 + 0,148$. Hasil pengujian menunjukkan $F_{hitung} (12,864) > F_{tabel} (3,98)$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Ini berarti terdapat pengaruh antara variabel kualitas pelayanan dan fasilitas secara simultan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan uji t dapat disimpulkan bahwa variabel yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen adalah variabel kualitas pelayanan dan fasilitas. Secara rinci hasil uji t sebagai berikut : Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen $t_{hitung} (2,556) > t_{tabel} (1,66757)$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Berarti ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumen $t_{hitung} (3,601) > t_{tabel} (1,66757)$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Berarti ada pengaruh antara fasilitas terhadap kepuasan konsumen.

Hasil uji determinasi yang dilakukan menunjukkan kemampuan variabel kualitas pelayanan dan fasilitas menggambarkan hubungan terhadap variabel kepuasan konsumen pada PT Kereta Api Indonesia (Persero), yaitu sebesar 0,277 (27,7%) sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.

B. Saran

Penulis mencoba mengajukan beberapa saran untuk dijadikan bahan masukan bagi PT Kereta Api Indonesia (Persero) dalam meningkatkan kualitas pelayanannya, diantaranya :

Pihak perusahaan perlu meningkatkan pelayanan antara lain:

1. Dimensifisik (*Tangibles*) yaitu memperbaiki sirkulasi udara dan juga menyediakan tempat yang nyaman untuk konsumen
2. Dimensi cepat tanggap (*Responsiveness*) perusahaan meningkatkan perhatian atas apa yang diinginkan konsumen.
3. Dimensi jaminan (*Assurance*) yaitu meningkatkan kebersihan dan kesegaran makanan yang disediakan untuk konsumen.
4. Dimensi empati (*Emphaty*) yaitu meningkatkan lagi pelayanan yang sama tanpa memandang status sosial
5. Dimensi keandalan (*Reliability*) yaitu meningkatkan kecepatan dalam menyediakan informasi atau memberikan pelayanan terhadap konsumen

Untuk Variabel fasilitas penulis menyarankan agar perusahaan memperbaiki sarana yang sudah ada juga menambah sarana-sarana lainnya yang dapat membuat konsumen merasa nyaman juga dapat meningkatkan kepuasan konsumen

Untuk Kepuasan konsumen perusahaan sebaiknya selalu mengadakan survey kepada konsumen, sehingga perusahaan dapat mengetahui bagaimana posisi mereka di mata para konsumen, serta selalu siap mendengarkan keluhan konsumen baik itu disampaikan secara langsung, maupun melalui kotak saran dan keluhan yang sebaiknya disediakan. Sehingga kualitas pelayanan yang terdiri dari beberapa dimensi yaitu berwujud (*Tangibles*), cepat tanggap (*Responsiveness*), jaminan (*Assurance*), empati (*Emphaty*), keandalan (*Reliability*) dapat maksimal dalam memenuhi keinginan konsumen sehingga tercapai kepuasan pelanggan.

Daftar Pustaka

- Astuti, Novalita, Widi. (2013). *Jurnal ilmu admnistrasi dan organisasi* 14(2) h 183-193.
- Arikunto, Suharsimi. (2010). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta : Bina Aksara.
- Hidayat, Syamsul (2010). *Jurnal bisnis dan birokrasi* 17(2) h 144-126.
- Kotler, Philip. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Salemba Empat.
- Lupiyadi, Rambat. (2014). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta : Andy Ofset.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Pusat Bahasa Depdiknas.
- Tjiptono, Fandy (2008). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta : Andy Ofset.
- Umar, Husein (2009). *Metode penelitian*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Widiyah.Wiwik. (2014).*Jurnal Aset* 1(2) h 141-148.
- Lovelock, Christoher.(2008). *Service Marketing and Management*.New Jersey : Prentice Hall
- Pedoman Penulisan Usulan Penelitian dan Skripsi*. (2014). Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang

kepuasan konsumen

1	4	2
2	3	4
3	3	3
4	3	3
5	4	3
6	4	4
7	3	3
8	4	4
9	4	4
10	3	4
11	4	3
12	4	4
13	3	4
14	4	4
15	5	1
16	3	3
17	4	3
18	3	4
19	5	5
20	5	5
21	4	5
22	4	3
23	4	4
24	4	5
25	3	4
26	3	3
27	4	4
28	4	4
29	4	4
30	3	5
31	3	4
32	5	5
33	4	3
34	4	3
35	2	4

6	6
7	6
6	6
6	6
7	7
8	8
6	8
8	8
7	7
7	7
7	7
10	10
7	7
6	6

Kualitas Pelayanan

1	4	2	2	4	4	6	7	8	9	10
4	4	2	2	4	4	4	2	4	4	3
4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3
3	3	4	4	2	2	2	2	2	2	2
3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3
4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5
3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	1
5	4	5	4	4	4	1	2	2	5	5
3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3
3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4
4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	2	1	1
4	4	3	3	4	4	4	3	2	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	2	4	2	4	4
3	3	3	3	3	3	1	1	3	3	2
4	4	5	5	4	4	5	5	2	2	5
3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3
5	5	3	3	3	3	5	5	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2
4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4
4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	4	4	4	4	3	3	3	4	4
2	2	2	2	4	4	2	5	2	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
4	4	4	4	3	3	3	2	3	4	4
5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4

33	33
36	36
27	27
29	29
44	44
37	37
26	26
38	38
33	33
43	43
31	31
28	28
35	35
34	34
23	23
39	39
33	33
36	36
34	34
37	37
26	26
33	33
47	47
36	36
33	33
37	37
38	38
40	40
37	37
35	35
37	37
44	44
34	34
43	43

Facilitas

1	2	3	4	5	6	7	total
4	5	3	3	5	4	5	29
3	3	4	4	3	3	3	23
3	3	3	3	2	2	3	19
4	3	3	3	3	4	3	23
4	4	5	5	4	4	4	30
3	4	3	3	4	3	4	24
4	3	3	3	3	2	3	21
5	4	3	4	4	2	3	23
4	4	5	5	4	4	4	30
4	4	3	3	4	4	4	26
4	4	4	4	4	4	4	26
4	3	4	4	3	4	3	25
4	4	4	4	4	4	2	26
4	4	4	3	4	4	4	25
4	4	2	4	4	4	4	27
4	4	5	5	2	3	4	21
4	4	3	3	4	3	4	21
4	4	3	3	4	3	4	26
4	4	3	3	4	4	4	26
4	3	3	3	3	4	3	23
5	5	3	3	4	4	4	28
4	4	4	4	5	5	4	33
4	5	5	5	4	4	5	33
4	4	3	3	4	4	4	30
4	4	4	4	4	5	4	31
4	5	4	4	5	4	5	30
4	4	4	4	4	4	4	22
3	3	4	2	4	4	2	21
4	4	3	3	3	3	3	23
4	4	4	4	4	4	3	23
4	4	4	4	4	3	3	26
5	5	4	4	5	2	2	27
3	3	4	4	3	4	3	26
4	4	3	3	4	4	4	23
4	4	3	3	3	4	3	23
4	4	4	4	4	4	4	30
4	4	4	4	4	4	4	30
5	4	4	4	4	5	4	30
4	4	3	3	4	4	4	25
4	4	4	4	1	4	3	18
4	3	4	4	3	4	3	25

Hasil SPSS

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Fasilitas_x2, Kualitas_Pelayan an_x1 ^b		Enter

a. Dependent Variable: kepuasan_konsumen_Y

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,527 ^a	,277	,256	1,383

a. Predictors: (Constant), Fasilitas_x2, Kualitas_Pelayanan_x1

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	49,214	2	24,607	12,864	,000 ^b
	Residual	128,158	67	1,913		
	Total	177,371	69			

a. Dependent Variable: kepuasan_konsumen_Y

b. Predictors: (Constant), Fasilitas_x2, Kualitas_Pelayanan_x1

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,909	1,187		1,608	,113
	Kualitas_Pelayanan_x1	,135	,036	,197	2,556	,024
	Fasilitas_x2	,148	,048	,388	3,061	,003

a. Dependent Variable: kepuasan_konsumen_Y

HASIL VALIDITAS DAN RELIABILITY

KEPUASAN KONSUMEN

Correlations

		p1	p2	total
p1	Pearson Correlation	1	,488**	,839**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000
	N	70	70	70
p2	Pearson Correlation	,488**	1	,885**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000
	N	70	70	70
total	Pearson Correlation	,839**	,885**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	70	70	70

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Case Processing Summary

	N	%
Cases Valid	70	100,0
Excluded ^a	0	,0
Total	70	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,651	2

KUALITAS PELAYANAN

Correlations

	p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8
Pearson Correlation	1	,249*	,153	,146	,121	,445**	,146	
Sig. (2-tailed)		,038	,207	,227	,317	,000	,228	
N	70	70	70	70	70	70	70	
Pearson Correlation	,249*	1	,392**	,214	,783**	,097	,581**	
Sig. (2-tailed)	,038		,001	,075	,000	,423	,000	
N	70	70	70	70	70	70	70	
Pearson Correlation	,153	,392**	1	,719**	,352**	-,098	,278*	
Sig. (2-tailed)	,207	,001		,000	,003	,419	,020	
N	70	70	70	70	70	70	70	
Pearson Correlation	,146	,214	,719**	1	,254*	,093	,316**	
Sig. (2-tailed)	,227	,075	,000		,034	,442	,008	
N	70	70	70	70	70	70	70	
Pearson Correlation	,121	,783**	,352**	,254*	1	,207	,668**	
Sig. (2-tailed)	,317	,000	,003	,034		,086	,000	
N	70	70	70	70	70	70	70	
Pearson Correlation	,445**	,097	-,098	,093	,207	1	,279*	
Sig. (2-tailed)	,000	,423	,419	,442	,086		,019	
N	70	70	70	70	70	70	70	
Pearson Correlation	,146	,581**	,278*	,316**	,668**	,279*	1	
Sig. (2-tailed)	,228	,000	,020	,008	,000	,019		
N	70	70	70	70	70	70	70	
Pearson Correlation	,676**	,213	-,004	,114	,157	,695**	,324**	
Sig. (2-tailed)	,000	,076	,976	,348	,194	,000	,006	
N	70	70	70	70	70	70	70	
Pearson Correlation	,011	,270*	,643**	,639**	,373**	,047	,139	
Sig. (2-tailed)	,927	,024	,000	,000	,001	,697	,253	
N	70	70	70	70	70	70	70	
Pearson Correlation	,054	,331**	,717**	,579**	,429**	-,035	,326**	
Sig. (2-tailed)	,655	,005	,000	,000	,000	,776	,006	
N	70	70	70	70	70	70	70	
Pearson Correlation	,457**	,655**	,684**	,673**	,700**	,428**	,652**	
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
N	70	70	70	70	70	70	70	

tion is significant at the 0.05 level (2-tailed).

tion is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	70	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	70	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,822	10

FASILITAS

Correlations

		p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7
p1	Pearson Correlation	1	,427**	,225	,306**	,362**	,467**	,065
	Sig. (2-tailed)		,000	,061	,010	,002	,000	,596
	N	70	70	70	70	70	70	70
p2	Pearson Correlation	,427**	1	,391**	,408**	,694**	,118	,589**
	Sig. (2-tailed)	,000		,001	,000	,000	,329	,000
	N	70	70	70	70	70	70	70
p3	Pearson Correlation	,225	,391**	1	,632**	,493**	,192	,192
	Sig. (2-tailed)	,061	,001		,000	,000	,111	,112
	N	70	70	70	70	70	70	70
p4	Pearson Correlation	,306**	,408**	,632**	1	,460**	,201	,248*
	Sig. (2-tailed)	,010	,000	,000		,000	,096	,038
	N	70	70	70	70	70	70	70
p5	Pearson Correlation	,362**	,694**	,493**	,460**	1	,317**	,516**
	Sig. (2-tailed)	,002	,000	,000	,000		,008	,000
	N	70	70	70	70	70	70	70
p6	Pearson Correlation	,467**	,118	,192	,201	,317**	1	,295*
	Sig. (2-tailed)	,000	,329	,111	,096	,008		,013
	N	70	70	70	70	70	70	70
p7	Pearson Correlation	,065	,589**	,192	,248*	,516**	,295*	1
	Sig. (2-tailed)	,596	,000	,112	,038	,000	,013	
	N	70	70	70	70	70	70	70

Total	Pearson Correlation	,568**	,793**	,647**	,672**	,840**	,528**	,651**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	70	70	70	70	70	70	70

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	70	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	70	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,768	8

Tabel II.I
 Penelitian Sebelumnya

No	Judul	Peneliti	variabel	Alat	Hasil
1	Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen di Rumah Susu & Capcin Lovers	Syamsul Hidayat (2014)	Kualitas pelayanan (X1) Harga ((X2)	Analisis regresi berganda	Hasil analisis menunjukkan indikator dalam penelitian ini valid dan reliables
2	Pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan konsumen di PT. Citra Perdana Kendedes di Malang	Novalita Widi Astuti (2013)	Kualitas pelayanan (X1)	Analisis regresi linear berganda	Analisis menunjukkan bahwa secara parsial kelima variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.
3	Pengaruh kualitas pelayanan dan kelengkapan fasilitas terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat Indonesia Cabang Cirebon	Wiwi Widiyah (2014)	Kualitas pelayanan(X1) Fasilitas (X2)	Analisis regresi berganda	Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kelengkapan fasilitas secara simultan mempunyai pengaruh positif, kuat dan signifikan terhadap kepuasan nasabah
4	Pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen di PT. KAI (Persero)	Atika Prasasti (2015)	Kualitas pelayanan (X1) Fasilitas (X2)	Analisis regresi linear berganda	Hasil analisi menunjukkan bahwa kualitas pelayana dan fasilitas sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.



KERETA API



No : 10/III.TERM/KPT/2016
Lamp :
Perihal : Permohonan Permintaan Data

Palembang, 05 Maret 2016

Kepada
Yth. Bapak/Ibu Dekan I
Fakultas Ekonomi dan bisnis
Universitas Muhammadiyah
Di
Palembang

Dengan hormat,

Merujuk Surat Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang, Nomor : 16/G-17/FEB-UMP/II/2016, perihal permohonan pengambilan data / keterangan untuk penyusunan skripsi, dengan ini PT. Kereta Api Indonesia (Persero) tidak berkeberatan untuk menerima dan memberikan data yang dibutuhkan dalam pelaksanaan pembuatan skripsi tersebut.

Demikian surat balasan ini kami sampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.



Kuesioner

Judul Penelitian : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen di PT. Kereta Api Indonesia (Persero)

Identitas Peneliti:

Nama : Atika Prasasti

NIM : 21.2012.011.M

Mahasiswa : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang

1. Prodi Responden :
 - a. Jenis kelamin : Laki-laki Perempuan
 - b. Usia : 20-30 tahun 30-50 tahun
 - c. Pekerjaan : PNS POLRI
 TNI
 Swasta Pelajar
 Mahasiswa
 - d. Pendidikan : SMA D3
 S1 S2
2. Petunjuk Pengisian Kuesioner
 - a. Bacalah dengan baik pertanyaan-pertanyaan kuesioner berikut kemudian jawablah pertanyaan dengan memberikan () pada kolom alternatif jawaban yang telah diselesaikan sesuai dengan pilihan anda.
 - b. Pilihlah jawaban :
STS = Sangat Tidak Setuju
TS = Tidak Setuju
N = Netral
S = Setuju
SS = Sangat Setuju
 - c. Peneliti mengucapkan terima kasih atas bantuan dan partisipasi bapak/ibu, saudara/i dalam pengisian daftar pertanyaan ini. Diharapkan penelitian ini akan bermanfaat.

Kualitas Pelayanan (X1)

No	Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
A	Keandalan					
1	Lokasi stasiun mudah di jangkau					
2	Informasi jadwal KA mudah di dapat					
B	Ketanggapan					
1	Petugas yang selalu siap dan cepat dalam memberikan pelayanan					
2	Cepat merespon kondisi darurat dalam kereta maupun stasiun					
C	Jaminan					
1	Kemampuan petugas dalam melaksanakan pekerjaan yang sudah baik					
2	Kenyamanan dan keamanan pada saat berada di stasiun dan kereta sudah baik					
D	Empati					
1	Kesedian karyawan untuk menghargai dan melayani Serta mengutamakan kebutuhan pelanggan					
2	Kejujuran dan kesabaran karyawan dalam memberikan pelayanan sudah baik					
E	Benda berwujud					
1	Sirkulasi udara di dalam kereta sudah baik					
2	Adanya alat untuk mengatur rute perjalanan					

Fasilitas (X2)

No	Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
A	Pertimbangan/Perencanaan Spasial 1. Tekstur Dan Warna Kereta Api Sudah Bagus					
B	Perencanaan Ruang 1. Sirkulasi Udara Sudah Baik					
C	Perlengkapan 1. Listrik, Meja, Dan Kursi Tersedia Dengan Baik					
D	Tata Cahaya Dan Warna 1. Warna Ruangan Tidak Mencolok 2. Pencahayaan Pada Kereta Api Sudah Sesuai Yang Di Inginkan					
E	Pesan Pesan Secara Grafis 1. Lambang Perusahaan Yang Mudah Di Kenali					
F	Unsur Pendukung 1. Tersedia Toilet, Tempat Ibadah, Hotspot Area, Lokasi Makan Dan Minum Dan Lain - Lain					

Kepuasan konsumen

No	Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1	Kembali lagi menggunakan jasa kereta api					
2	Memberi tahu kepada orang - orang terdekat agar menggunakan jasa kereta api					



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

KARTU AKTIVITAS BIMBINGAN SKRIPSI

NAMA MAHASISWA	ATIKA PRASASTI	PEMBIMBING	
NIM	212012011.M	KETUA	Dr. Trisniarty Adjeng Moelyati, S.E., M.M
PROGRAM STUDI	MANAJEMEN	ANGGOTA	
JUDUL SKRIPSI	PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI PT. KERETA API INDONESIA (PERSERO)		

NO.	TGL/BL/TH KONSULTASI	MATERI YANG DIBAHAS	PARAF PEMBIMBING		KETERANGAN
			KETUA	ANGGOTA	
1	15/2/2016	BS I			dikini
2					
3	17/2/2016	Keas I			Periksa ...
4					Periksa KSE
5					Periksa ...
6	20/2/2016	Keas III			- tugas
7					- (Periksa BS I)
8					goda
9	25/2/2016	Keas III			dikini
10					Periksa
11	29/2/2016	Keas IV			- Per
12					
13	2/3/2016	BS IV			
14					
15	5/3/2016				
16					

CATATAN :

Mahasiswa diberikan waktu menyelesaikan skripsi, 6 bulan terhitung sejak tanggal ditetapkan

Dikeluarkan di : Palembang
 Pada tanggal : / /
 a.n. Dekan
 Program Studi :

 Hj. Maftuhah Nurrahmi, S.E., M.Si



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG**

Unggul dan Jolani

Sertifikat

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

DIBERIKAN KEPADA :

NAMA : ATIKA PRASASTI
NIM : 212012011
PROGRAM STUDI : Manajemen

Yang dinyatakan HAFAL / TAHFIDZ (22) Surat Juz Amma
di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang

پاليمبانگ، 29/٢٠١٦
an. Dekan



Wakil Dekan IV

[Signature]
Drs. Antoni, M.H.I.



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH DALEMBANG
LEMBAGA BAHASA

Jalan Jenderal Ahmad Yani 13 Ulu Palembang 30263

Telp. (0711) 512637 - Fax. (0711) 512637

email. lembagabahasaump@yahoo.co.id



TEST OF ENGLISH ABILITY SCORE RECORD

Name : Atika Prasasti
 Place/Date of Birth : Palembang, November 02nd 1994
 Test Times Taken : +1
 Test Date : January, 31st 2016

	<i>Scaled Score</i>
Listening Comprehension	46
Structure Grammar	38
Reading Comprehension	36
OVERALL SCORE	400

Palembang, February, 03rd 2016

Head of Language Institute

Rupi Susanti, S.Pd., M.A.

LEMBAGA BAHASA

Telp. (0711) 512637 - Fax. (0711) 512637 / 0210098402



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
STATUS TERAKREDITASI



U M PA

No. 030/H-4/LPKKN/UMPI/IX/2015

Lembaga Pengelola Kuliah Kerja Nyata (LPKKN) Universitas Muhammadiyah Palembang menerangkan bahwa:

Nama : ATIKA PRASASTI
Nomor Pokok Mahasiswa : 212012011
Fakultas : EKONOMI
Tempat Tgl. Lahir : PALEMBANG, 02-11-1994

telah mengikuti Kuliah Kerja Nyata Tematik Posdaya Angkatan ke-9 yang dilaksanakan dari tanggal 23 Juli sampai dengan 3 September 2015 bertempat di:

Kelurahan/Desa : Baru
Kecamatan : Rambutan
Kota/Kabupaten : Banyuasin
Dinyatakan : Lulus

Mengetahui

Dr. H. M. Idris, S.E., M.Si.





**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

AKREDITASI
 INSTITUSI PERGURUAN TINGGI
 PROGRAM STUDI MANAJEMEN (S1)
 PROGRAM STUDI AKUNTANSI (S1)
 PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN (D3)

Nomor : 027/SK/BAN-PT/Akred/PT/I/2014 (B)
 Nomor : 044/SK/BAN-PT/Akred/S/I/2014 (B)
 Nomor : 044/SK/BAN-PT/Ak-XIII/S1/II/2011 (B)
 Nomor : 005/BAN-PT/Ak-X/Dpl-III/VI/2010 (B)

Website: fe.umpalembang.ac.id

Email: febumpg@umpalembang.ac.id

Alamat : Jalan Jenderal Ahmad Yani 13 Ulu Palembang 30263 Telp. (0711) 511433 Faximile (0711) 518018

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

LEMBAR PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Tanggal : Sabtu / 19-03-2016
 : 16.30 wib
 : ATIKA PRASASTI
 : 212012011.M
 : Manajemen
 Matakuliah Pokok : MANAJEMEN PEMASARAN
 : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI PT.KERETA API INDONESIA (PERSERO)

DIPERBAIKI DAN DISETUJUI OLEH TIM PENGUJI DAN PEMBIMBING SKRIPSI DAN KENYATAAN UNTUK MENGIKUTI WISUDA

No	NAMA DOSEN	JABATAN	TANGGAL PERSETUJUAN	TANDA TANGAN
1.	Dr. Trisniarty Adjeng Moelyati,SE,MM	Pembimbing	5 - 4 - 2016	
2.	Dr. Trisniarty Adjeng Moelyati,SE,MM	Ketua Penguji	5 - 4 - 2016	
3.	Drs. H. Rosyadi,MM	Ang. Penguji I	31 - 3 - 2016	
4.	Ervita Safitri,SE,M.Si	Ang. Penguji II	30 - 3 - 2016	

Palembang,...../...../.....
 An Dekan
 Ketua Program Studi Manajemen

Hj. Maftuhah Nurrahmi, SE., M.Si
 NIDN/NBM: 0216057001/673839

BIODATA PENULIS SKRIPSI

Nama : Atika Prasasti

NIM : 21.2012.011.M

Tempat Tanggal Lahir : Palembang, 02 November 1994

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

Jenis Kelamin : Perempuan

Alamat Rumah : Jl. Dipo Lr. Musyawarah RT. 012 RW.003 Kertapati
Palembang.

No. Handphone : 085379021362

Email : Prasastiatika@gmail.com

Nama Orang Tua

Bapak : Bpk. Satim

Ibu : Ibu Jamila

Pekerjaan Orang Tua

Bapak : Wiraswasta

Ibu : Ibu Rumah Tangga

Palembang,2016

Atika Prasasti