

ABSTRAK

Peningkatan kebutuhan masyarakat akan kereta api, mendorong PT. Kereta Api Indonesia untuk menjaga dan meningkatkan kinerja mereka agar kualitas pelayanan yang diberikan akan memuaskan pelanggannya. Namun demikian, kepuasan konsumen PT KAI Jurusan Bandung Jakarta belum sepenuhnya optimal. Hal tersebut dapat dipahami berdasarkan lima ukuran penilaian kepuasan konsumen, yang terdiri dari pelayanan *ticketing*, *check in*, pemberangkatan, prama dan prami, serta pemberhentian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi nilai konsumen PT KAI Jurusan Bandung Jakarta; mengetahui kepuasan konsumen PT KAI Jurusan Bandung Jakarta; dan mengetahui seberapa besar pengaruh persepsi nilai terhadap kepuasan konsumen PT KAI Jurusan Bandung Jakarta.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif dan verifikatif. Data penelitian diperoleh dari penyebaran kuesioner. Unit sampel dalam penelitian ini adalah 100 orang pengguna kereta api Bandung-Jakarta. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear sederhana.

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa persepsi nilai terhadap PT KAI Jurusan Bandung Jakarta berada dalam kategori yang tinggi dan kepuasan pengguna PT KAI Jurusan Bandung Jakarta berada dalam kategori yang tinggi. Hasil penelitian ini juga menemukan bahwa persepsi nilai berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna PT KAI Jurusan Bandung Jakarta.

Kata Kunci : Persepsi Nilai dan Kepuasan Konsumen