

## PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TIKET TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (STUDI PADA LOKET STASIUN KIARACONDONG DAN STASIUN HALL BANDUNG PT. KERETA API INDONESIA (PERSERO) )

Rifka Fahrul Musthofa<sup>1</sup>, Kristina Sisilia<sup>2</sup>, St<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi Dan Bisnis, Universitas Telkom

<sup>1</sup>[myname@example.com](mailto:myname@example.com)

### Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi penemuan di lapangan berdasarkan hasil wawancara dengan lima orang konsumen di Stasiun Kiaracondong dan lima orang konsumen di Stasiun Hall, Bandung. Sesuai hasil wawancara tersebut dapat diasumsikan bahwa konsumen merasa kurang puas dengan pelayanan tiket di Stasiun Kiaracondong dan Stasiun Hall Bandung. Ketidakpuasan tersebut diakibatkan karena konsumen sering menunggu terlalu lama untuk dilayani serta dikarenakan petugas loket yang kurang ramah dan kurang terampil dalam menggunakan perangkat komputer. Dengan kondisi tersebut manajemen PT. Kereta Api Indonesia (Persero) diharapkan lebih memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan agar dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Kualitas Pelayanan yang terdiri dari reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangibles yang dikemukakan oleh Zeithaml, et al dan teori kepuasan konsumen yang dikemukakan oleh Alma. Teori ini digunakan untuk melihat bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. Kereta Api Indonesia (Persero) dan bagaimana pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen di Stasiun Kiaracondong dan Stasiun Hall, Bandung. Populasi dalam penelitian ini adalah para pengguna jasa tiket PT. Kereta Api Indonesia (Persero) di Stasiun Kiaracondong dan Stasiun Hall, Bandung. Jumlah sampel yang ditetapkan sebanyak 100 responden menggunakan metode non probability sampling dengan teknik incidental sampling. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki nilai yang baik sebesar 69,57%, sementara itu variabel kepuasan konsumen sebesar 68,17%. Berdasarkan analisis korelasi didapat 0,632 yang termasuk kedalam korelasi yang kuat dan memiliki korelasi positif. Pengujian hipotesis secara parsial melalui uji t menunjukkan sub variabel responsiveness memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan sub variabel yang lainnya tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan koefisien determinasi diperoleh angka Adjusted R Square 40% yang berarti reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangibles menjelaskan 40% variabel kepuasan konsumen. PT. Kereta Api Indonesia (Persero) diharapkan mempertahankan dan meningkatkan sub variabel Reliability dan memperbaiki serta meningkatkan sub variabel Empathy. Kata Kunci: Kualitas Pelayanan (reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangibles) , Kepuasan Konsumen

Telkom  
University

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Gambaran Umum Perusahaan

PT. Kereta Api Indonesia (PT.KAI) merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara yang melayani jasa angkutan kereta api. Awal nama perusahaan kereta api ini adalah Djawatan Kereta Api Repoeblik Indonesia (DKARI). Kemudian, berturut-turut berubah menjadi Perusahaan Negara Kereta Api (PNKA), Perusahaan Jawatan Kereta Api (PJKA), Perusahaan Umum Kereta Api (Perumka), dan PT. Kereta Api Indonesia (Persero).



Gambar 1.1

Logo PT. Kereta Api Indonesia (Persero)

*Sumber: [www.kereta-api.co.id](http://www.kereta-api.co.id)*

PT. Kereta Api Indonesia (Persero) merupakan Badan Usaha Milik Negara yang membawahi jasa pelayanan transportasi kereta api. PT. Kereta Api Indonesia (Persero) melayani jasa angkutan kereta api penumpang dan barang. PT. Kereta Api Indonesia (Persero) memisahkan divisi Jabodetabek menjadi

PT. Kereta Api *Commuter* Jabodetabek (KCJ) untuk mengelola kereta api yang melayani daerah Jabodetabek.

Pada tahun 2007, DPR mengesahkan revisi UU No. 13/1992 yang menekankan bahwa investor swasta dan pemerintah daerah mendapat kesempatan untuk mengelola jasa transportasi kereta api di Indonesia. Pemberlakuan Undang-Undang Perkeretaapian No. 27/2007 secara hukum mengakhiri praktik monopoli PT. Kereta Api Indonesia (Persero) dalam mengoperasikan transportasi kereta api di Indonesia.

Setiap 28 September diperingati sebagai hari kereta api nasional sebab pada 28 September 1945, para pemuda Indonesia yang tergabung dalam Angkatan Moeda Kereta Api (AMKA) merebut kekuasaan perkeretaapian dari tangan Jepang.

PT. Kereta Api Indonesia (Persero) membawahi sembilan Daerah Operasi (DAOP) dan Divisi Regional (DIVRE) yaitu Daop 1 Jakarta, Daop 2 Bandung, Daop 3 Cirebon, Daop 4 Semarang, Daop 5 Purwokerto, Daop 6 Yogyakarta, Daop 7 Madiun, Daop 8 Surabaya, dan 9 Jember. Sedangkan Divre 1 Sumut, Divre 2 Sumbar, dan Divre 3 Sumsel.

PT. Kereta Api Indonesia (Persero) memiliki tiga bentuk layanan produk diantaranya adalah layanan penumpang, pengangkutan barang, dan perusahaan aset. Layanan utama dari PT. Kereta Api Indonesia (Persero) adalah layanan penumpang. PT. Kereta Api Indonesia (Persero) menyediakan beberapa cara untuk memesan tiket kereta api diantaranya internet reservasi, *rail card&rail box*, *contact center 212*, *rail agent*, *mobile ticketing online*, stasiun *online*, PadiTrain, PT. Pos Indonesia, *Drive Thru*, Indomaret, Citos, *Fastpay*, Alfamart, Tiket.com, *AeroTicket*, PPOB BRI-Delaprastra, dan *FinChannel*.

## 1.2 Latar Belakang Penelitian

Bukan hal yang baru lagi jika pelayanan umum atau pelayanan publik di Indonesia masih dirasa kurang dalam hal pelayanannya. Masyarakat Indonesia sering mengeluh dan komplain terhadap pelayanan yang diberikan oleh penyedia layanan umum. Terdapat beberapa alasan pelayanan publik di Indonesia kurang memuaskan pihak konsumen, diantaranya adalah kurangnya sosialisasi peraturan, kinerja pegawai rendah, penempatan pegawai yang kurang tepat, menjamurnya praktek korupsi, kolusi, dan nepotisme, maraknya suap atau gratifikasi, dan kurangnya komitmen untuk berubah.

PT. Kereta Api Indonesia (Persero) merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) sebagai satu-satunya perusahaan milik pemerintah yang menyediakan jasa transportasi kereta api di Indonesia juga tidak lepas dari sorotan masyarakat mengenai kualitas pelayanan yang diberikan. Kereta api menjadi salah satu moda transportasi penting yang ada di Indonesia. Poin penting pada jasa transportasi ini adalah kereta api dapat menjadi solusi dalam mengatasi masalah kemacetan di jalan raya. Selain itu kereta api yang merupakan salah satu *mass transportation* di Indonesia ini juga menawarkan ketepatan waktu (*ontime*) kepada konsumen karena melintas pada jalurnya sendiri dan dengan harga yang relatif terjangkau bagi konsumen. Demi mencapai kepuasan konsumen yang maksimum maka perusahaan harus memperhatikan produk dan jasa yang dihasilkan, dan menyadari pentingnya kualitas layanan pada konsumen meskipun hal ini tidak mudah diimplementasikan oleh perusahaan. Perusahaan lebih mudah memberikan kepuasan kepada konsumennya jika mampu memahami perilaku konsumen.

Salah satu siklus pelayanan dalam jasa angkutan kereta api khususnya penumpang adalah pelayanan tiket (reservasi tiket) melalui kantor reservasi tiket di setiap stasiun kereta api. Kepuasan pelanggan kereta api salah satunya ditentukan oleh keunggulan dari sistem pelayanan tiket (reservasi) di loket,

baik dari segi kemudahan untuk mendapatkannya, nyaman dan keamanan dalam pelayanannya, termasuk keramahan dari petugas loket, ketersediaan informasi yang jelas dan mudah diakses, suasana kenyamanan dan keamanan di loket-loket penjualan.

Pelayanan tiket di loket menjadi sarana dan pintu gerbang terjadinya interaksi pertama kali antara konsumen dengan pihak PT. Kereta Api Indonesia (Persero) dan membentuk *first impression* yang baik dimata konsumen. Interaksi inilah yang menjadi tolak ukur apakah konsumen tersebut puas atau tidak terhadap pelayanan yang diberikan. Selain itu, interaksi ini juga menjadi sarana bagi PT. Kereta Api Indonesia (Persero) untuk menghantarkan layanannya dengan baik kepada konsumen. Saat ini pelayanan tiket kereta api masih kurang dari harapan masyarakat yaitu kemudahan untuk mendapatkannya, terlihat masih seringnya terjadi antrean di loket-loket penjualan, pegawai loket yang kurang ramah, serta regulasi birokrasi yang terkesan panjang.

Perilaku konsumen yang meminta agar selalu dilayani dengan baik mengharuskan pihak PT. Kereta Api Indonesia (Persero) meningkatkan pelayanan tiket dengan baik. Konsumen akan merasa puas jika pelayanan tiket sesuai dengan harapan konsumen. PT. Kereta Api Indonesia (Pesero) telah menyediakan berbagai macam informasi mengenai jadwal keberangkatan maupun kedatangan kereta api, nama kereta api beserta tujuan keberangkatan, serta telah dicantumkan harga yang harus dibayar. Selain prosedur-prosedur tersebut, PT. Kereta Api Indonesia (Persero) juga menyediakan berbagai pengumuman demi kemudahan konsumen untuk mendapatkan informasi. Keseluruhan prosedur beserta informasi tersebut terpampang jelas di beberapa tempat seperti di dekat loket penjualan tiket dan di dekat pusat informasi.

Namun bantuan informasi yang disediakan untuk membantu konsumen tersebut kurang digunakan mengingat pola perilaku masyarakat Indonesia yang memiliki minat baca masih rendah. Minat baca yang masih rendah

tersebut berdampak pada perilaku masyarakat Indonesia yang ingin mendapatkan informasi secara cepat dan instan. Rendahnya minat baca ini dibuktikan dengan indeks membaca masyarakat Indonesia yang hanya sekitar 0,001 artinya dari seribu penduduk, hanya ada satu orang yang masih memiliki minat baca tinggi. Secara umum masyarakat Indonesia sangat membutuhkan berbagai macam informasi namun, dalam mendapatkan informasi tersebut hanya pada satu titik saja dan tidak mau mencari dari sumber lain salah satunya dengan cara membaca.

Kota Bandung sendiri memiliki dua stasiun besar yang melayani beribu-ribu bahkan berjuta-juta pengunjung setiap tahunnya yaitu Stasiun Kiaracondong dan Stasiun Hall, Bandung. Jumlah pengguna layanan loket tiket di kedua stasiun tersebut tidak tetap tiap bulannya. Tergantung ada tidaknya hari-hari besar atau *moment-moment* besar di bulan tersebut seperti Idul Fitri, Natal, tahun baru, dan libur sekolah. Jumlah pengguna layanan loket tiket di kedua stasiun tersebut dapat dilihat pada tabel 1.1 berikut.

Tabel 1.1

Jumlah Pengguna Layanan Loket Tiket Tahun 2013

Stasiun	April	Mei	Juni	Juli	Agustus	Jumlah
St. Hall, Bandung	15.000	17.050	21.000	24.800	20.150	98.000
Kiaracondong	13.500	15.500	19.500	26.350	15.500	90.350
<b>Jumlah</b>	28.500	32.550	40.500	51.150	35.650	188.350

*Sumber: Bagian customer service stasiun Kiaracondong dan stasiun Hall, Bandung*

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan pihak PT. Kereta Api Indonesia (Persero) terdapat berbagai macam kendala yang dihadapi oleh karyawan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) khususnya karyawan loket tiket dalam menyampaikan dan menjalankan layanannya dengan baik. Kendala

tersebut berasal dari internal dan eksternal. Kendala internal yang dirasakan berupa sistem baru yang masih dalam tahap penyesuaian oleh karyawan. Sistem baru tersebut seperti tata cara pemesanan, pengembalian uang pembatalan tiket, pembatalan tiket, dan juga sistem antrian. Sistem baru tersebut masih dalam tahap adaptasi dan pengenalan karena berbeda dengan sistem yang lama oleh karena itu membutuhkan waktu yang cukup lama untuk penyesuaian. Kemudian kendala eksternal yang dirasakan berasal dari konsumen pengguna jasa tiket kereta api itu sendiri yang sering melakukan pemesanan tiket secara mendadak. Konsumen sering melakukan komplain karena tidak mendapatkan tiket dan sering memaksa karyawan untuk mencarikan tiket yang dimaksud. PT. Kereta Api Indonesia (Persero) telah memfasilitasi pemesanan tiket yang dapat dipesan tiga bulan sebelum keberangkatan, akan tetapi konsumen sering tidak memanaatkan fasilitas tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang dilakukan di Stasiun Kiarcondong dan Stasiun Hall, Bandung didapatkan beberapa fenomena yang terjadi di lapangan mengenai pelayanan loket tiket di masing-masing stasiun. Hasil wawancara di Stasiun Kiarcondong dengan lima orang konsumen, empat orang menyatakan tidak puas, sedangkan satu orang menyatakan puas. Konsumen yang puas menyatakan bahwa sistem pemesanan tiket di loket sudah bagus bila dibanding tahun-tahun sebelumnya. Perbaikan sistem tersebut diantaranya sudah diberlakukannya nomor antrian loket agar konsumen tidak berdesak-desakan sewaktu mengantri untuk membeli tiket, sudah disediakan tempat duduk untuk menunggu antrian, dan sudah dibangunnya pusat informasi *customer service* agar konsumen memperoleh informasi yang tepat mengenai jadwal kereta api.

Selain itu dengan sistem yang baru ini sudah dapat meminimalisir calo tiket karena pemesanan tiket kereta harus sesuai dengan identitas diri. Sedangkan konsumen yang kurang puas menyatakan lebih menyukai sistem

yang lama dengan tidak adanya nomor antrian dan formulir pemesanan tiket karena dinilai menambah antrian. Namun dengan adanya sistem nomor antrian, konsumen menyatakan bahwa waktu antri menjadi semakin lama dan membuang-buang waktu.

Mengenai masalah pegawai loket konsumen menyatakan kurang puas dengan sikap pegawai loket yang kurang ramah dengan konsumen, sedangkan konsumen yang puas menyatakan tidak masalah dengan sikap pegawai. Kelima konsumen tersebut menyatakan ingin kembali lagi untuk melakukan pembelian tiket langsung di loket dikarenakan memang sangat membutuhkan jasa kereta api sebagai sarana transportasi pilihan dibanding sarana transportasi lainnya. Hal ini dikarenakan memakai jasa kereta api dinilai lebih efisien dan ekonomis bila dibanding menggunakan sarana transportasi lain. Saran yang disampaikan oleh kelima konsumen tersebut adalah mengenai waktu antrian agar lebih dipersingkat, saran yang diberikan sebaiknya Stasiun Kiaracandong memaksimalkan loket pembelian tiket dikarenakan dari kelima loket yang dimiliki stasiun hanya dua sampai tiga yang sering dibuka untuk melayani konsumen sedangkan loket yang lain ditutup.

Kemudian untuk hasil wawancara dan observasi dengan lima orang konsumen di Stasiun Hall, didapatkan hasil bahwa tiga orang menyatakan tidak puas, sedangkan dua orang lainnya menyatakan puas. Ketidakpuasan konsumen ini terjadi karena loket yang disediakan oleh Stasiun Hall tidak dimaksimalkan sebagaimana mestinya sesuai jumlah loket yang tersedia dan hanya membuka dua loket saja. Hal ini berpengaruh terhadap jumlah antrian di loket yang semakin panjang sehingga konsumen harus menunggu cukup lama untuk mengantri. Ditambah lagi dengan adanya nomor antrian dirasa menambah waktu antrian bagi para konsumen dibanding menggunakan sistem lama yang hanya mengantri di depan loket tetapi dirasa tidak terlalu lama dalam mengantri tiket. Mengenai pegawai loket dirasa tidak terlalu berpengaruh signifikan terhadap kepuasan, karena dinilai sudah memiliki



sikap yang baik dan ramah. Namun perlu diadakan pelatihan mengenai keterampilan dalam menggunakan perangkat komputer agar lebih terampil mengetik menggunakan 10 jari agar dapat mempersingkat waktu. Konsumen yang tidak puas menyarankan agar semua loket dibuka dan dimaksimalkan agar dapat mengurangi antrian pengunjung.

Konsumen yang puas dengan pelayanan loket tiket tidak terlalu bermasalah dengan antrian dikarenakan untuk *big season* memang wajar terjadi penumpukan antrian di stasiun, bandara, maupun terminal. Namun, untuk yang terjadi di Stasiun Hall diharapkan menambah jumlah kursi tunggu antrian agar konsumen tidak berdiri sewaktu menunggu nomor urut antrian. Diharapkan juga ditambah fasilitas lain, seperti *live performance acoustic* dan lain sebagainya agar konsumen tidak bosan sewaktu menunggu antrian.

Kelima konsumen tersebut menyatakan masih akan menggunakan jasa kereta api dikarenakan konsumen lebih menyukai menggunakan kereta api dibanding menggunakan jasa transportasi lain. Selain itu, menggunakan kereta api dinilai lebih praktis dan efisien karena hanya sekali jalan dan lebih *safety* dibanding transportasi lain .

Sesuai hasil wawancara tersebut dapat diasumsikan bahwa konsumen merasa kurang puas dengan pelayanan tiket di Stasiun Kiaracondong dan Stasiun Hall Bandung. Ketidakpuasan tersebut diakibatkan karena konsumen sering menunggu terlalu lama untuk dilayani serta dikarenakan petugas loket yang kurang ramah dan kurang terampil dalam menggunakan perangkat komputer. PT. Kereta Api Indonesia (Persero) telah bekerja sama dengan pihak ketiga seperti Alfamart dan Indomart dalam hal pemesanan tiket agar mengurangi antrian di loket stasiun, namun hal tersebut tidak berpengaruh secara signifikan dikarenakan konsumen merasa keberatan dengan biaya tambahan yang terlalu mahal yang harus dikeluarkan jika memesan tiket melalui pihak ketiga.

Sesuai latar belakang di atas dengan demikian peneliti ingin mengetahui “**Pengaruh Kualitas Pelayanan Tiket Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Loket Stasiun Kiaracondong dan Stasiun Hall Bandung PT. Kereta Api Indonesia (Persero) )**”. Studi dilaksanakan di Kota Bandung yaitu di Stasiun Kiaracondong di Jalan Babakan Sari Kiaracondong dan di Stasiun Hall di Jalan Kebon Kawung 43, Bandung. Alasan pemilihan lokasi ini karena Stasiun Kiaracondong dan Stasiun Hall Bandung merupakan stasiun terbesar khususnya di kota Bandung dengan frekuensi transaksi pembelian tiket yang tinggi mulai dari harga tiket kelas Eksekutif, kelas Bisnis, maupun kelas Ekonomi.

### 1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan sebelumnya, maka didapatkan rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana kualitas pelayanan tiket yang diberikan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) terhadap konsumen?
2. Bagaimana kepuasan konsumen pengguna layanan tiket PT. Kereta Api Indonesia (Persero)?
3. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan tiket terhadap kepuasan konsumen PT. Kereta Api Indonesia (Persero)?

### 1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dipaparkan di atas, didapatkan tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan tiket yang diberikan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) terhadap konsumen.
2. Untuk mengetahui kepuasan konsumen yang menggunakan layanan tiket PT. Kereta Api Indonesia (Persero).

3. Untuk mengukur seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan tiket terhadap kepuasan konsumen PT. Kereta Api Indonesia (Persero).

### 1.5 Kegunaan Penelitian

1. Penelitian ini bagi PT. Kereta Api Indonesia (Persero) khususnya Stasiun Kiaracondong dan Stasiun Hall, Bandung dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam menganalisis kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan dan juga sebagai bahan pengambilan keputusan untuk meningkatkan kualitas pelayanan terhadap pelanggan.
2. Secara praktis penelitian ini digunakan sebagai bahan perbandingan sampai sejauh mana teori-teori yang sudah dipelajari selama perkuliahan diterapkan secara nyata.

### 1.6 Sistematika Penulisan

#### BAB I. PENDAHULUAN

Bab ini merupakan penjelasan secara umum, ringkas dan padat yang menggambarkan dengan tepat isi dari penelitian. Bab ini menjelaskan mengenai gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan. Sebagai pendahuluan dari penelitian.

#### BAB II. TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

Pada bab ini membahas mengenai tinjauan pustaka penelitian yang terdiri dari kajian teori atau landasan teori yang menjelaskan mengenai berbagai macam teori dan konsep yang digunakan dalam penelitian ini dan penelitian terdahulu, juga membahas mengenai kerangka pemikiran, hipotesis penelitian dan ruang lingkup penelitian. Sebagai tinjauan pustaka dan lingkup penelitian.

### BAB III. METODE PENELITIAN

Pada bab ini membahas mengenai metode penelitian yang digunakan dalam penelitian yang terdiri dari jenis penelitian, variabel operasional, tahapan penelitian, populasi dan sampel, pengumpulan data, uji validitas dan realibilitas, dan teknis analisis data sebagai metode penelitian.

### BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan disajikan hasil dari penelitian selama ini, semuanya terangkum dalam pembahasan mengenai hasil penelitian dari PT. Kereta Api Indonesia (Persero) dan pembahasannya terdiri dari karakteristik responden, hasil penelitian dan pembahasan hasil penelitian. Sebagai hasil penelitian dan pembahasan.

### BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini peneliti akan sedikit memberikan masukan dan komentar dari penelitian yang telah dilakukan selama ini yang semuanya akan disajikan dalam bagian kesimpulan dan saran.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian terhadap pengguna layanan loket tiket Stasiun Kiaracondong dan Stasiun Hall, Bandung berdasarkan jenis kelamin pengguna layanan loket tiket di Stasiun Kiaracondong, mayoritas sebanyak 21 orang adalah laki-laki dan sisanya adalah perempuan sebanyak 18 orang. Kemudian pengguna layanan loket tiket di Stasiun Hall Bandung, mayoritas sebanyak 35 orang adalah perempuan dan sisanya adalah laki-laki sebanyak 26 orang.

Berdasarkan usia pengguna layanan loket tiket di Stasiun Kiaracondong, mayoritas sebanyak 22 orang adalah yang berusia kurang atau sama dengan 25 tahun dan paling sedikit adalah yang berusia lebih dari 50 tahun sebanyak tiga orang. Kemudian pengguna layanan loket tiket di Stasiun Hall Bandung, mayoritas sebanyak 35 orang adalah yang berusia kurang atau sama dengan 25 tahun dan paling sedikit adalah yang berusia lebih dari 50 tahun sebanyak tiga orang.

Berdasarkan pekerjaan pengguna layanan loket tiket di Stasiun Kiaracondong, mayoritas sebanyak 15 orang adalah yang bekerja sebagai pelajar/mahasiswa dan paling sedikit adalah yang pekerjaannya lain-lain sebanyak dua orang. Kemudian pengguna layanan loket tiket di Stasiun Hall Bandung, mayoritas sebanyak 29 orang adalah yang bekerja sebagai pelajar/mahasiswa dan paling sedikit adalah yang pekerjaannya lain-lain sebanyak tiga orang.

Berdasarkan analisa dan pengolahan data pada penelitian tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan yang terdiri dari  $X_1$  (*Reliability*),  $X_2$  (*Responsiveness*),  $X_3$  (*Assurance*),  $X_4$  (*Emphaty*), dan  $X_5$  (*Tangible*) terhadap Kepuasan Konsumen ( $Y$ ), maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan garis kontinum mengenai kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. Kereta Api Indonesia (Persero) diperoleh persentase rata-rata skor total sebesar 69,57% termasuk dalam kategori baik. Dapat diartikan bahwa persepsi responden mengenai kualitas pelayanan loket tiket yang diberikan oleh PT. Kereta Api Indonesia (Persero) tergolong baik.
2. Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan garis kontinum mengenai kepuasan konsumen PT. Kereta Api Indonesia (Persero) di Stasiun Kiaracondong dan Stasiun Hall, Bandung diperoleh persentase rata-rata skor total sebesar 68,17% termasuk dalam kategori puas. Dapat diartikan responden memberikan persepsi bahwa responden telah puas menggunakan layanan loket tiket di Stasiun Kiaracondong dan Stasiun Hall, Bandung.
3. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen PT. Kereta Api Indonesia (Persero) di Stasiun Kiaracondong dan Stasiun Hall, Bandung adalah sebagai berikut:
  - a. Berdasarkan analisis korelasi ganda menggunakan SPSS 20.0 *for windows* diperoleh hasil 0,632 termasuk dalam korelasi yang kuat dan memiliki korelasi positif karena berada diantara 0,600 – 0,799.
  - b. Berdasarkan pengujian secara simultan (Uji F) menggunakan SPSS 20.0 *for windows* dengan taraf signifikansi 5% diperoleh hasil  $F_{tabel}$  sebesar 2,311 dan  $F_{hitung}$  sebesar 12,514. Hasil  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $F_{tabel}$  maka dapat disimpulkan bahwa *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy*, dan *Tangible* secara bersama-sama memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

- c. Berdasarkan pengujian secara parsial (Uji t) menggunakan SPSS 20.0 *for windows* dengan taraf signifikansi 5% diperoleh hasil bahwa sub variabel *Responsiveness* adalah satu-satunya sub variabel yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen karena  $t_{hitung}$  2,576 lebih besar dari  $t_{tabel}$  1,984. Sedangkan untuk sub variabel lain seperti *Reliability*, *Assurance*, *Empathy*, dan *Tangible* tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen karena  $t_{hitung}$  lebih kecil dari  $t_{tabel}$ .
- d. Berdasarkan hasil koefisien determinasi menggunakan SPSS 20.0 *for windows* diperoleh bahwa variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari  $X_1$  (*Reliability*),  $X_2$  (*Responsiveness*),  $X_3$  (*Assurance*),  $X_4$  (*Emphaty*), dan  $X_5$  (*Tangible*) mempunyai pengaruh terhadap variabel Y (kepuasan konsumen) sebesar 40,00% sedangkan sisanya sebesar 60,00% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diamati dalam penelitian.

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka dapat diajukan beberapa saran yang diharapkan dapat dijadikan bahan masukan bagi pihak-pihak yang terkait, yaitu:

### 5.2.1 Saran untuk Perusahaan

Berdasarkan paparan kesimpulan di atas, dapat dilihat bahwa terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan yang terdiri dari  $X_1$  (*Reliability*),  $X_2$  (*Responsiveness*),  $X_3$  (*Assurance*),  $X_4$  (*Emphaty*), dan  $X_5$  (*Tangible*) terhadap Kepuasan Konsumen walaupun hanya sub variabel *Responsiveness* yang memiliki pengaruh signifikan. Hal ini membuktikan bahwa PT. Kereta Api Indonesia (Persero) harus lebih meningkatkan *Responsiveness* (cepat tanggap) dari karyawan

loket tiket agar konsumen merasa puas menggunakan layanan pemesanan atau reservasi tiket di loket Stasiun Kiaracandong dan Stasiun Hall, Bandung.

Berdasarkan hasil garis kontinum diperoleh bahwa sub variabel *Reliability* memperoleh respon yang paling tinggi dari responden dibandingkan dengan sub variabel lainnya yaitu sebesar 74,42%. Sedangkan sub variabel *Empathy* memperoleh respon yang paling rendah dari responden dibandingkan dengan sub variabel lainnya yaitu sebesar 64,92%. Oleh karena itu PT. Kereta Api Indonesia (Persero) diharapkan mempertahankan dan meningkatkan sub variabel *Reliability* seperti meningkatkan keakuratan transaksi, penyelesaian masalah konsumen, dan meningkatkan pelayanan yang dapat dipercaya. Sedangkan untuk sub variabel *Empathy* diharapkan diperbaiki dan ditingkatkan seperti perhatian secara pribadi, kepedulian terhadap konsumen, dan *gesture* penyampaian layanan.

#### 5.2.2 Saran untuk Penelitian Selanjutnya

Saran untuk penelitian selanjutnya agar menambahkan variabel lain selain variabel yang digunakan di dalam penelitian ini, sehingga dapat melengkapi penelitian ini, kemudian disarankan menggunakan metode yang lain selain menggunakan garis kontinum dalam mengetahui persepsi responden. Di samping itu, untuk penelitian selanjutnya dengan topik yang sama, disarankan menggunakan metodologi penelitian atau objek penelitian yang berbeda agar dapat dilihat perbedaan dan persamaan antara penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan sehingga dapat menambah pengetahuan bagi banyak pihak.



## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Rizal. (2009). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Komunikasi Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Depot Air Minum Isi Ulang Sahabat Langkat*, 2(1), (84-92).
- Alma, Buchari. (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, Suharsimi. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Edisi Revisi 2010). Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Aryani, Dwi dan Rosinta, Febrina. (2010). *Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan*, 17(2), (114-126).
- Fauziah, Nila. (2010). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan Hotel Santika Premiere Malang)*, (37-45).
- Hardiyati, Ratih. (2010). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Penginapan (Villa) Agrowisata Kebun Teh Pagilaran*. Skripsi Sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang : diterbitkan.
- Hidayat, Rachmad. (2009). *Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri*, 11(1), (59-72).
- Kaunda, Stan G. (2013). *Assessing Service Expectation and Perception of Public Library Users: Towards Development of User Needs and User*

*Satisfaction Measurement Instruments for the National Library Service of Malawi*, 3(3), (30-40).

Kotler, Philip & Keller, Kevin. (2012). *Marketing Management 14<sup>th</sup> Edition*. Edinburgh Gate: Pearson Education.

Lovelock, Christopher et all. (2011). *Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi, Strategi Perspektif Indonesia Edisi Ketujuh Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.

Mahanani, Sonya. (2010). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Pembayaran Rekening Listrik (Studi Pada Unit Pelayanan Pelanggan Semarang Barat)*. Skripsi Sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang : diterbitkan.

Mustafidah, Tukiran Taniredja Hidayati. (2011). *Penelitian Kuantitatif (Sebuah Pengantar)*. Bandung: Alfabeta.

Priyatno, Duwi. (2011). *SPSS: Analisis Statistik Data*. Yogyakarta: MediaKom.

Riduwan & Kuncoro, Engkos Achmad. (2010). *Cara Menggunakan dan Memaknai Path Analysis*. Bandung: Alfabeta.

Sadi. (2009). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan Tahu Bakso Ibu Pudji Ungaran Semarang*. Tesis pada Program Studi Magister Agribisnis Program Pasca Sarjana Universitas Diponegoro: diterbitkan.

Sarjono, Haryadi dan Julianita, Winda. (2011). *SPSS vs LISREL Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*. Jakarta: Salemba Empat.

- Sarwono Jonathan dan Martadiredja, Tutty. (2008). *Riset Bisnis untuk Pengambilan Keputusan*. Yogyakarta: ANDI
- Schneider, Benjamin et all. (1998). *Linking Service Climate and Customer Perceptions of Service Quality: Test of a Causal Model*, 83(2), (150-163).
- Sekaran, Uma. (2011). *Research Methods For Business* (Edisi Keempat). Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Singh, Ajmer. (2013). *Relationship between Service Quality and Customer Satisfaction in Organized Retail Outlets*, 3(1), (84-95).
- Subaidi. (2008). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Usaha Jasa Internet "Zaisya Net" Di Malang*. Skripsi Sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Malang: diterbitkan.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Suharsaputra, Uhar. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Sureshchandar, G.S et all. (2002). *The Relationsip Between Service Quality and Customer Satisfaction-a Factor Specific Approach*, 16 (4), (363-379).
- Tim Pustaka Phoenix. (2009). *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Baru*. Jakarta: PT. Media Pustaka Phoenix Jakarta.

Tjiptono, Fandy. (2009). *Service Marketing Esensi & Aplikasi*. Yogyakarta: Marknesis.

Trarintya, Mirah Ayu Putri. (2011). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Word Of Mouth (Studi Kasus Pasien Rawat Jalan di Wing Amerta RSUP Sanglah Denpasar*. Tesis pada Program Studi Manajemen Program Pasca Sarjana Universitas Udayana Denpasar: diterbitkan.

Zeithaml, Valarie.A et all. (2009). *Service Marketing (Fifth Edition)*. New York: McGraw-Hill International Edition.

<http://www.kereta-api.co.id/> , [pada Rabu, 10 April 2013].

<http://tiket.kereta-api.co.id/> , [pada Rabu, 10 April 2013].

<http://www.tempo.co/read/news/2013/03/12/090466601/Naikkan-Harga-Tiket-Ekonomi-KAI-Disomasi>, [pada Senin, 15 Juli 2013].

[http://perkeretaapian.dephub.go.id/index.php?option=com\\_docman&task=doc\\_details&gid=3&Itemid=77](http://perkeretaapian.dephub.go.id/index.php?option=com_docman&task=doc_details&gid=3&Itemid=77), [pada Senin, 15 Juli 2013].

[http://kemhubri.dephub.go.id/perundangan/index.php?option=com\\_dirhukum&task=view&id=902&Itemid=555523](http://kemhubri.dephub.go.id/perundangan/index.php?option=com_dirhukum&task=view&id=902&Itemid=555523), [pada Senin, 15 Juli 2013].

<http://www.presidentri.go.id/index.php/uu/peraturan-pemerintah/>, [pada Senin, 15 Juli 2013].