

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MENGGUNAKAN
JASA KERETA API LOGAWA**

SKRIPSI



Disusun Oleh :

AGNES ASHIANTI

NIM : 11104881

FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2014

**INFLUENCE OF SERVICE QUALITY ANALYSIS ON CUSTOMERS
SATISFACTION IN LOGAWA TRAIN**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat

Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Ekonomi

Disusun oleh:

AGNES ASHIANTI

NIM : 11104881

JURUSAN : MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2014

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN MENGGUNAKAN JASA KERETA API LOGAWA**

Telah diajukan dan dipertahankan oleh:

AGNES ASHIANTI

11 10 4881

Dalam Ujian Skripsi Program Studi S1 Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar

Sarjana Ekonomi pada tanggal **09 JAN 2015**

Nama Dosen

1. *Dra. Purwani Retno Andalas, MM*
(Ketua Tim)
2. *Petra Surya Mega Wijaya, SE, Msi*
(Dosen Penguji)
3. *Dra. Eti Istriani*
(Dosen Penguji)

Tanda Tangan



Yogyakarta, ... 16 JAN 2015

Disahkan oleh:

Dekan,



Dr. Singgih Santoso, MM

Wakil Dekan I Manajemen



Petra Surya Mega Wijaya, SE, MSI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul:

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MENGGUNAKAN JASA KERETA API LOGAWA

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat untuk menjadi Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta, adalah bukan hasil tiruan atau duplikasi dari karya pihak lain di Perguruan Tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian yang sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jika dikemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiasi atau tiruan dari karya pihak lain, maka saya bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar sarjana saya.

Yogyakarta, 12 Desember 2014



AGNES ASHIANTI

11104881

HALAMAN KATA MUTIARA DAN MOTTO

“Aku ingin terpakai secara tuntas ketika Aku mati. Sebab semakin keras Aku bekerja Aku pun semakin hidup. Aku gembira akan kehidupan demi kehidupan itu sendiri. Kehidupan bukanlah nyala lilin yang singkat bagiku. Kehidupan adalah semacam obor yang bagus sekali yang harus Aku pegang untuk saat ini dan Aku ingin membuatnya terbakar seterang mungkin sebelum menyerahkannya kepada generasi yang akan datang.”

(George Bernard Shaw)

“Janganlah hendaknya kamu kuatir tentang apapun juga, tetapi nyatakanlah dalam segala hal keinginanmu kepada Allah dalam doa dan permohonan dengan ucapan syukur.”

(Filipi 4:6)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan kepada :

Tuhan Yesus Kristus.

Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana.

PT. KAI.

Dosen pembimbing Saya, Bapak Petra Surya Mega Wijaya, SE, Msi.

Mama dan Papa yang selalu mendukung dan mendoakan.

Teman-teman yang memberi semangat, terima kasih banyak.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan berkat dan anugerah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Jasa Kereta Api Logawa" dengan lancar dan tepat waktu.

Penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.

Selama pembuatan skripsi ini penulis juga mendapat bantuan dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini penulis menyampaikan penghargaan dan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang selalu memberikan rahmat dan penyertaan-Nya yang tak berkesudahan sehingga penulis mampu menyelesaikan dan mengerjakan skripsi ini dengan baik.
2. Bapak Petra Surya Mega Wijaya, SE, MSi selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan memberikan arahan serta masukan selama proses pembuatan skripsi dari awal hingga selesai.
3. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta yang telah berjasa membagi ilmu dan mendidik penulis.
4. Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta sebagai tempat penulis menimba Ilmu.

5. PT. KAI yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian.
6. Segenap responden yang membantu penulis dalam menghimpun data penelitian ini.
7. Orang tua dan saudara-saudara yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan kepada penulis.
8. Sahabat-sahabatku yang telah membantu selama pengerjaan skripsi ini.
9. Teman-teman yang memberikan motivasi dan masukan kepada penulis.

Penulis menyadari banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini, oleh karena itu sangat diharapkan masukan dari pembaca baik berupa saran maupun kritik. Semoga skripsi ini berguna dan bermanfaat bagi semua pihak.

Yogyakarta, 12 Desember 2014

Agnes Ashianti

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGAJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN KATA MUTIARA DAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	xvi
ABSTRACT	xvii
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Batasan Masalah	6
1.4. Tujuan Penelitian	7
1.5. Manfaat Penelitian	7

BAB II. LANDASAN TEORI	9
2.1. Pemasaran dan Manajemen Pemasaran	9
2.1.1. . Pengertian Pemasaran	9
2.1.2. . Pengertian Manajemen Pemasaran	10
2.2. Definisi Jasa.....	11
2.3. Kualitas Jasa atau Kualitas Pelayanan	13
2.3.1. . Dimensi Kualitas Jasa.....	15
2.3.2. . Model SERVQUAL	16
2.3.3. . Faktor Penyebab Buruknya Kualitas Jasa	19
2.3.4. . Strategi Penyempurnaan Kualitas Jasa.....	20
2.4. Kepuasan Pelanggan	22
2.5. Hubungan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan.....	23
2.6. Penelitian Terdahulu	24
2.7. Pengembangan Model Penelitian	25
2.8. Hipotesis	26
BAB III.METODE PENELITIAN	28
3.1. Data	28
3.1.1. . Sumber Data	28
3.1.2. . Pengumpulan Data.....	29
3.2. Variabel Penelitian dan Pengukuran Variabel	30
3.2.1. . Variabel Penelitian	30
3.2.2. . Pengukuran Variabel	31

3.3. Definisi Operasional	32
3.4. Metode Analisis Data	34
3.4.1. . Uji Validitas.....	34
3.4.2. . Uji Raliabilitas.....	35
3.4.3. . Uji Statistik.....	35
3.4.3.1. Analisis Regresi Linier Berganda.....	35
3.4.3.2. Hipotesis.....	36
BAB IV. ANALISIS DAN PEMBAHASAN	40
4.1. Statistik Deskriptif	40
4.2. Analisis Data Penelitian.....	41
4.2.1. . Analisis Validitas.....	41
4.2.2. . Analisis Reliabilitas.....	45
4.3. Karakteristik Responden	45
4.4. Analisis Regresi Linier Berganda	49
4.4.1. . Uji t.....	52
4.4.2. . Uji F.....	54
4.4.3. . Koefisien Determinasi (R^2)	55
4.5. Pembahasan	55
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	60
5.1. Kesimpulan	60
5.2. Keterbatasan Penelitian	61

5.3. Saran Untuk Penelitian Selanjutnya	62
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN	65

© UKDW

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
4.1.Hasil Uji Validitas Awal	44
4.2.Hasil Uji Validitas Akhir	45
4.3.Hasil Uji Reliabilitas	46
4.4.Profil Responden Berdasarkan Jenis kelamin	47
4.5.Profil Responden Berdasarkan Usia.....	47
4.6.Profil Responden Berdasarkan Pendidikan	48
4.7.Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	48
4.8.Profil Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan	49
4.9.Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Naik KA Logawa.....	50
4.10. Hasil Regresi Linier Berganda.....	51
4.11. Hasil Uji F	55
4.12. Hasil Koefisien Determinasi.....	55
4.13. Ringkasan Hasil Penelitian	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1.Model Penelitian	26

©UKDW

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Ijin Penelitian

Lampiran 2 Kuesioner Penelitian

Lampiran 3 Hasil Jawaban Kuesioner Penelitian

Lampiran 4 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 5 Karakteristik Responden

Lampiran 6 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

©UKDW

ABSTRAK

Penelitian ini mengambil judul: “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Jasa Kereta Api Logawa.” Kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh persepsi berbagai kualitas, baik jasa maupun produk. Salah satu faktor yang menentukan kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan mengenai kualitas jasa yang berfokus pada lima dimensi kualitas jasa, yaitu tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy. Salah satu organisasi yang bergerak dalam bidang pelayanan kepada publik adalah jasa transportasi Kereta Api Logawa. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh kualitas jasa terhadap kepuasan pelanggan Kereta Api Logawa.

Populasi dalam penelitian ini pelanggan Kereta Api Logawa yang pernah menggunakan lebih dari satu kali dalam satu tahun terakhir. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik random sampling. Jenis datanya adalah primer. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan menggunakan SPSS. Hasil penelitiannya menunjukkan variabel tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kereta Api Logawa. Secara parsial (uji t) variabel-variabel yang memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan Kereta Api Logawa adalah tangible (berpengaruh positif dan signifikan), reliability (berpengaruh positif dan signifikan), responsiveness (berpengaruh positif dan signifikan), assurance (berpengaruh positif dan signifikan) dan empathy (tidak berpengaruh positif dan signifikan).

Kata Kunci: tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy dan kepuasan pelanggan

ABSTRACT

This study takes the title : " Influence of Service Quality Analysis on Customers Satisfaction in Logawa Train ".Customer satisfaction is a happy feeling or dissapoinment that appears after comparing perception and performance of product. Customer satisfaction influenced by perception of quality of product or service. One of the factor that the determined customer satisfaction is customer perception toward service quality that focus on five dimention (aspects) of service quality. That is tangible, reliability, responsiveness, assurance and empathy. One of the organisation that run their business in public service is Logawa Train. The purpose of this study is to examine the influence of service quality toward customer satisfaction in Logawa Train.

The population in this research are customers Logawa Train who never used more than once. Sample in this research is 100 respondents. The sample collection technique in this report is written with random sampling techniques. The data is a kind of primary. Data collection method using a questionnaire . The analysis technique used is multiple regression using SPSS. The results of this research show tangible variables, reliability, responsiveness, assurance and empathy significantly affect customer satisfaction Logawa Train. Partially (t test) variables that have an influence on customer satisfaction Logawa Train is tangible (positive and significant effect), reliability (positive and significant), responsiveness (positive and significant), assurance (positive and significant) and empathy (not positive and significant effect).

Keywords : tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy and customer satisfaction

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia bisnis pada sektor jasa saat ini semakin meningkat. Perkembangan ini dapat diamati pada aktivitas sehari-hari, di mana sebagian besar aktivitas tidak lepas dari penggunaan berbagai sektor jasa, terutama jasa transportasi. Kebutuhan akan transportasi merupakan hal pokok dalam kehidupan sehari-hari. Manusia dalam kehidupannya memerlukan alat transportasi dalam mempermudah perjalanannya sehingga dapat menunjang aktifitas ekonomi.

Kereta api sebagai salah satu alat transportasi alternatif problematika angkutan jalan raya (Andayani, 2010) karena mampu mengangkut penumpang dalam jumlah yang sangat besar, akses ke jantung kota, hemat bahan bakar, hemat lahan, rendah polusi, *regulated traffic*, relatif aman/ rendah kecelakaan. Di Indonesia pengoperasian kereta api dilakukan oleh PT. Kereta Api Indonesia/ PT. KAI (Persero). PT. KAI merupakan salah satu perusahaan milik pemerintah yang bergerak di bidang jasa pelayanan umum dalam penyedia alat transportasi. PT. KAI sebagai satu-satunya penyedia layanan kereta api di Indonesia. Meskipun tidak memiliki pesaing dalam angkutan rel, namun angkutan udara, dan angkutan dapat dianggap sebagai pesaing karena berada di pasar yang sama yaitu jasa.

Kereta Api Logawa adalah salah satu rangkaian kereta api kelas ekonomi AC jarak jauh yang melayani rute Jember Kota-Purwokerto via Surabaya Gubeng dan sebaliknya. Mulai 1 April 2014 harga tiketnya mengalami perubahan menjadi Rp 50.000,00 dari semula Rp 100.000,00 (http://id.wikipedia.org/wiki/Kereta_api_Logawa diakses 14 Juli 2014).

Saat ini Kereta Api Logawa merupakan transportasi pilihan yang cukup diminati banyak orang karena memiliki kualitas pelayanan yang cukup baik. Kereta Api Logawa yang memiliki pangsa pasar kelas menengah kebawah termasuk dalam Kereta Api kelas ekonomi AC. Ini menyebabkan banyak orang yang memilih Kereta api Logawa sebagai pilihan yang diminati karena harganya yang terjangkau yaitu Rp 50.000 untuk jurusan Purwokerto-Jember. Harga tersebut termasuk sangat murah dibandingkan dengan angkutan darat lain seperti bus, dengan tingkat keamanan yang tinggi, tepat waktu, nyaman, dan bersih. Dengan diberlakukannya pembaharuan secara massal pada PT. KAI sehingga memiliki dampak yang besar pada Kereta Api Logawa yang semula hanya kelas Ekonomi menjadi ekonomi AC. Beberapa pembaharuan yang dilakukan oleh di PT. KAI adalah fokus 3 aspek yaitu budaya kerja, profesionalisme, dan investasi. Yang pertama PT. KAI melakukan transformasi bisnis dengan mengubah cara berpikir (*mindset*) dari berorientasi pada produk menjadi "*marketing oriented*" atau berorientasi pasar. Kedua, meningkatkan kualitas sumber daya manusia dengan mengirim sebanyak 35 orang karyawan PT. KAI setiap tiga bulan ke Prancis dan

sejumlah negara lainnya, untuk menimba ilmu soal teknologi dan pelayanan perkeretaapian. Selain itu, PT. KAI juga mengirimkan 150 orang pegawai dari masinis hingga penjaga pintu perlintasan untuk berguru ke negeri China mempelajari sistem pengoperasian perkeretaapian. Ketiga, PT. KAI melakukan investasi berkelanjutan dalam jumlah besar-besaran untuk perbaikan infrastruktur, pengadaan alat operasional seperti gerbong-gerbong dan piranti persinyalan kereta api. Sedangkan pembangunan fisik juga tercermin dari perbaikan gedung dan stasiun-stasiun dengan membongkar ribuan kios dan menyediakan lahan parkir, serta pengadaan untuk peningkatan fasilitas layanan seperti *E-ticketing*.

Dalam memberikan pelayanan yang baik setidaknya PT. KAI harus memenuhi 5 kriteria kualitas pelayanan yang banyak dijadikan acuan dalam riset pemasaran yaitu model SERVQUAL (*service quality*) yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithmal dan Berry. Dalam SERVQUAL ada lima dimensi kualitas yaitu berwujud (*tangible*), keandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan dan kepastian (*assurance*), serta empati (*empathy*). (Lopiyoadi & Hamdani, 2006:182).

Kereta Api Logawa sebagai pilihan transportasi yang cukup diminati banyak orang memiliki kualitas pelayanan yang cukup baik dan kualitas pelayanan tersebut menyangkut 5 kriteria dalam model SERVQUAL yaitu berwujud (*tangible*) yaitu bukti nyata dari kepedulian dan perhatian yang diberikan oleh penyedia jasa kepada konsumen, dapat dilihat dari adanya fasilitas AC (*Air Conditioner*) pada setiap gerbong. Keandalan

(*reliability*) yaitu kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa sesuai dengan apa yang telah dijanjikan secara tepat waktu, dapat dilihat dari ketepatan jadwal kedatangan dan keberangkatan Kereta Api Logawa. Ketanggapan (*responsiveness*) yaitu kemampuan perusahaan yang dilakukan oleh langsung karyawan untuk memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap, dapat dilihat dari pelayanan restorasi yang ramah dan cepat. Jaminan dan kepastian (*assurance*) yaitu pengetahuan dan perilaku *employee* untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pada diri konsumen dalam mengkonsumsi jasa yang ditawarkan, dapat dilihat dari kecakapan para karyawan PT. KAI. Serta empati (*empathy*) yaitu kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan perhatian kepada konsumen secara individu, termasuk juga kepekaan akan kebutuhan konsumen, yang dapat dilihat dari adanya komunikasi dari pihak PT. KAI dengan pelanggan seperti menerima kritik dan saran yang membangun kebaikan PT. KAI (<http://skripsi-manajemen.blogspot.com/2011/02/faktor-faktor-yang-mempengaruhi.html>)

Pentingnya meningkatkan kualitas pelayanan adalah untuk menciptakan kepuasan pelanggan dengan menjadikan pelanggan sebagai fokus utamanya. Kualitas yang rendah akan menimbulkan ketidakpuasan pada pelanggan. Karena pelanggan yang kecewa akan bercerita paling sedikit kepada 15 orang lainnya. Dampaknya calon pelanggan akan menjatuhkan pilihannya kepada pesaing (Lupiyoadi & Hamdani, 2006 dalam Aryani & Rosinta, 2010).

Pada penelitian yang dilakukan oleh Aryani dan Rosinta (2010) menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan. Berarti semakin tinggi kualitas layanan maka akan semakin tinggi pula kepuasan yang diterima pelanggan.

Berpijak dari hal tersebut, penelitian mencoba untuk menelaah lebih lanjut mengenai analisis kualitas layanan dan kepuasan pelanggan Kereta Api Logawa dengan menggunakan 5 dimensi kualitas layanan yaitu *tangible*, *reliability*, *responsive*, *assurance*, *empathy*.

Sebagian sektor publik menyadari pentingnya kepuasan konsumen dan mempunyai batasan anggaran (*budget constraints*) untuk pelayanan konsumen. Meskipun terdapat kendala, pemimpin dalam sektor publik harus secara terus-menerus meningkatkan kualitas pelayanan (Snipes, *et al*, 1996 dalam Andayani, 2010).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka rumusan masalah yang akan diteliti adalah sebagai berikut:

1. Apakah dimensi *tangible* mempengaruhi kepuasan pelanggan Kereta Api Logawa?
2. Apakah dimensi *reliability* mempengaruhi kepuasan pelanggan Kereta Api Logawa?
3. Apakah dimensi *responsiveness* mempengaruhi kepuasan pelanggan Kereta Api Logawa?

4. Apakah dimensi *assurance* mempengaruhi kepuasan pelanggan Kereta Api Logawa?
5. Apakah dimensi *empathy* mempengaruhi kepuasan pelanggan Kereta Api Logawa?

1.3 Batasan Masalah

Untuk mendapatkan hasil akhir yang baik dan sesuai dengan yang diinginkan serta tidak menyimpang dari permasalahan yang ditinjau, maka batasan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Responden yang akan diteliti adalah konsumen yang sudah pernah menggunakan jasa Kereta Api Logawa minimal 1 kali dalam setahun terakhir.
2. Profil yang akan diteliti :
 - Jenis Kelamin
 - Pekerjaan
 - Pendidikan
 - Usia
 - Pendapatan/bulan
3. Variabel-variabel yang akan diteliti adalah menggunakan dimensi:
 1. tangible (berwujud)
 2. reliability (keandalan)
 3. responsiveness (ketanggapan)
 4. assurance (jaminan dan kepastian) dan

5. *emphaty* (empati)
6. kepuasan pelanggan.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menguji pengaruh dimensi *tangible* (*berwujud*) terhadap kepuasan pelanggan Kereta Api Logawa.
2. Menguji pengaruh dimensi *reliability* (*keandalan*) terhadap kepuasan pelanggan Kereta Api Logawa.
3. Menguji pengaruh dimensi *responsiveness* (*ketanggapan*) terhadap kepuasan pelanggan Kereta Api Logawa.
4. Menguji pengaruh dimensi *assurance* (*jaminan dan kepastian*) terhadap kepuasan pelanggan Kereta Api Logawa.
5. Menguji pengaruh dimensi *empathy* (*empati*) terhadap kepuasan pelanggan Kereta Api Logawa.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang dapat diambil dalam penelitian ini adalah:

1. Bagi PT. KAI

Memberikan gambaran dan informasi yang berguna bagi perusahaan dalam melakukan kebijakan dan strategi pemasaran yang berkaitan dengan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan.

2. Bagi Peneliti

Memberikan wawasan khususnya terhadap kualitas layanan dan kepuasan pelanggan.

3. Bagi Peneliti Lain

Sebagai bahan referensi dan informasi bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut terutama yang berhubungan dengan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan.

©UKDW

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang variabel independent (*tangible, reliability, responsiveness, assurance* dan *empathy*) terhadap kepuasan pelanggan Kereta Api Logawa, dimana sampelnya adalah 100 responden, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis persentase mengenai karakteristik responden yang sudah pernah membeli tiket Kereta Api Logawa lebih dari satu adalah sebagai berikut :
 - a. Mayoritas responden dalam penelitian ini adalah responden yang berjenis kelamin laki-laki yaitu sebesar 56%.
 - b. Mayoritas responden dalam penelitian ini adalah responden yang berusia 21-30 tahun yaitu sebesar 49%.
 - c. Mayoritas responden dalam penelitian ini adalah mereka yang berpendidikan terakhir sarjana yaitu sebesar 51%.
 - d. Mayoritas responden dalam penelitian ini adalah mereka yang pekerjaannya pelajar/mahasiswa yaitu sebesar 39%.
 - e. Mayoritas responden dalam penelitian ini adalah mereka yang penghasilan per bulannya Rp. 1.000.001 – Rp. 2.000.000 yaitu sebesar 43%.

- f. Mayoritas responden dalam penelitian ini adalah mereka yang pernah membeli tiket > 3 kali yaitu sebesar 57 %.
2. Dari hasil analisis regresi berganda, dapat disimpulkan sebagai berikut :
 - a. Secara bersama-sama (uji F) variabel *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kereta Api Logawa (Y).
 - b. Secara parsial (uji t) variabel-variabel yang memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan Kereta Api Logawa adalah *tangible* (berpengaruh positif dan signifikan), *reliability* (berpengaruh positif dan signifikan), *responsiveness* (berpengaruh positif dan signifikan), *assurance* (berpengaruh positif dan signifikan) dan *empathy* (tidak berpengaruh positif dan signifikan).

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan antara lain :

1. Masih ada indikator yang tidak valid sehingga harus dihilangkan dalam proses selanjutnya. Indikator tersebut adalah *reliability* 3.
2. Kuesioner yang diberikan masih bersifat tertutup yaitu responden dipaksa untuk memilih jawaban yang sudah disiapkan oleh peneliti.

5.3 Saran untuk Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan hasil penelitian dan keterbatasan penelitian ini yang telah dikemukakan di atas, berikut adalah saran-saran untuk penelitian selanjutnya :

1. Memperbaiki indikator Reliability 3 sehingga diharapkan pada saat proses uji validitas dapat lolos untuk proses selanjutnya.
2. Kuesioner menyediakan pertanyaan dengan jawaban terbuka, yaitu responden diminta untuk memberikan pernyataannya secara bebas tanpa ada pilihan jawaban dari peneliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Andayani, Wiwik. 2010. *Analisis Kualitas Pelayanan dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada PT. Kereta Api (Persero) DAOP 8 Surabaya)*. Jurnal Wacana Vol. 13, No. 1, Januari 2010. ISSN. 1411-0199.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktek*. PT. Rineka Cipta. Jakarta.
- Aryani, Dwi dan Rosinta, Febrina. 2010. *Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan*. Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi, Mei-Agustus 2010, hal. 114-126, Vol. 17, No. 2. ISSN. 0854-3844.
- Guntur, Effendi M. 2010. *Transformasi Manajemen Pemasaran + Membangun Citra Negara*. Jakarta: Sagung Seto.
- Hasan, I. 2009. *Pokok-Pokok Materi Statistik 1 (Statistik Deskriptif)*. Jakarta: PT.Bumi Aksara
- Kotler, Philip. 2007. *Manajemen Pemasaran, Jilid I dan II, terjemahan Hendra Teguh*. Penerbit : PT. Prenhalindo, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2007. *Manajemen Pemasaran, edisi 12 Jilid 2*. PT.INDEKS: Jakarta.
- Kotler, P. & Armstrong, G. 2012. *Principles of Marketing 14th Edition*. New Jersey : Prentice Hall.
- Kotler, P. & Keller, K. L. 2012. *Marketing Management 14th Edition*. New Jersey : Pearson Education, Inc.
- Lupiyoadi, R & Hamdani, A. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Manullang. Ida. 2008. *Pengaruh Kualitas Jasa Pelayanan Terhadap Kepuasan Jasa Pelayanan Penerbangan PT. Garuda Indonesia Airlines di Bandara Polonia Medan*. Tesis. Pascasarjana Universitas Sumatera Utara.
- Masri, Henry. 2002. *Adanya Pengaruh Faktor-faktor Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Jasa Transportasi Kereta Api (Studi Kasus pada PT. KAI DAOP IV Semarang)*. Tesis. Universitas Diponegoro.

- Snipes, Robin L, Robert A. Fleck, Jr dan Thomas P. Loughman. 1996. *Measuring Service Quality And Customer Satisfaction In A Public Service Company*. Columbus State University, 4225 University Avenue, Columbus, Georgia 31907.
- Sugiyono. 2009. *Statistika Untuk Penelitian*. Alfabeta. Bandung.
- , 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta
- Suliyanto. 2006. *Metode Riset Bisnis*. Andi Offset. Yogyakarta.
- , 2008. *Teknik Proyeksi Bisnis*. Andi Offset. Yogyakarta.
- , 2011. *Ekonometrika Terapan – Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy & Diana, Anastasia. 2003. *Total Quality Management (TQM) – Edisi Revisi*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2004. *Manajemen Jasa*. Andy Offset. Yogyakarta.
- , 2006. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andy Offset.
- Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorius. 2007. *Service, Quality dan Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wahyuddin dan Atwati, Rustika. 2004. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Matahari Departemen Store di Solo Grand Mall*. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya* Vol. 5 No. 1 Juni 2004.
- Yanti, Dewi. 2011. *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Produk Tabungan Britama pada PT. BRI (Persero) Cabang A. Yani Makassar*. Skripsi. Universitas Hasanuddin Makassar.

http://id.wikipedia.org/wiki/Kereta_api_Logawa diakses 14 Juli 2014.