

PENGARUH DIMENSI KUALITAS PELAYANAN JASA TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN KERETA API MUTIARA TIMUR KELAS
EKSEKUTIF JURUSAN SURABAYA - BANYUWANGI
TAHUN 2004

SKRIPSI



2004 UPT Perpustakaan

Surabaya 2004



Oleh :

EFIA SAODAH
NIM : 990210301183

PROGRAM PENDIDIKAN EKONOMI
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS JEMBER
2004

MOTTO

“Setiap Anda Mengusir Hanya Satu Calon Pembeli,
Anda Mengusir 250 Calon Pelanggan”

(Joe Girard)

Utamakan Keselamatan Dan Pelayanan

(P.T KAI)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Terima kasihku persembahkan untuk:

1. Kedua orang tuaku *Bpk H. Muhammad Usman dan ibu Hj Siti Nur Azizah* Yang telah melimpahkan cinta dan kasih sayang, serta doa dan pengorbanan demi keberhasilan ananda.
2. Kakakku Ansori dan mbak Yuli, yang selalu memberiku semangat dan motivasi..
3. Kedua keponakanku Fitriyanti dan Alfi.
4. Sahabat-sahabatku Nur fitri, Nevie, Mesiyah, Lilik, Aris, Naning yang selalu setia membantuku.
5. Semua teman-teman PE angkatan 99
6. Almamater yang kubanggakan.

...ARUH DIMENSI KUALITAS PEJAN...
KEPUASAN PEJAN...
...KURTA API EKSEKUTIF NUTHARA
...TIMOR JURUSAN STRABAYA-BANTUWANGI

SKRIPSI

Diajukan untuk dipertahankan di depan tim penguji guna memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar strata satu (S1) Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Program Studi Pendidikan Ekonomi pada Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember

Oleh:

Nama Mahasiswa : Efia Saudah
NIM : 990210301183
Angkatan : 1999
Daerah Asal : Ds. Mimbaan, Kec. Panji, Kab. Situbondo
Tempat / Tgl. Lahir : Bondowoso, 5 Juli 1981
Jurusan / Prog. Studi : Pend. IPS / Pendidikan Ekonomi

Disetujui Oleh :

Pembimbing I

Pembimbing II

Dra. Sri Wahyuni, MSi
NIP. 131 386 651

Dra. Retna Ngesti, MP
NIP. 132 096 120

HALAMAN PENGESAHAN

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember pada :

Hari : Jumat
Tanggal : 24 Desember 2004
Tempat : Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Jember

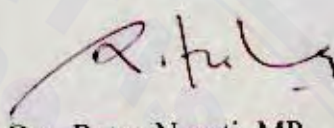
Tim Penguji,

Ketua

Sekretaris



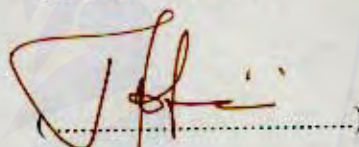
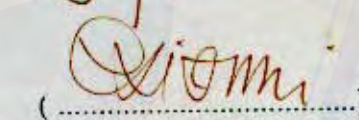
Dra. Murtiningsih
NIP. 130 531 990



Dra. Retna Ngesti, MP
NIP. 132 096 120

Anggota :


1. Drs. H M. Syafii Noer, M.Si
NIP. 130 325 911
2. Dra. Sri Wahyuni, MSi
NIP. 131 386 651


(.....)

(.....)

Mengetahui,

Dekan

Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Jember


Drs. Imam Muchtar, SH. M.Hum
NIP. 130 810 936

HALAMAN PENGESAHAN

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember pada :

Hari :
Tanggal :
Tempat : Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Jember

Ketua Tim Penguji, Sekretaris

Anggota :

- 1.
- 2.

Mengetahui,
Dekan
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Jember

Drs. Imam Muchtar, SH, M.Hum

NIP. 130 810 936

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya tulis ini yang berjudul "Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Kereta Api Eksekutif Mutiara Timur Jurusan Surabaya-Banyuwangi".

Penyusunan Karya tulis ini banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Rektor Universitas Jember ;
2. Dekan FKIP Universitas Jember ;
3. Ketua Jurusan Pendidikan IPS FKIP Universitas Jember ;
4. Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Jember ;
5. Dosen pembimbing I dan Dosen pembimbing II
6. Kepala Humas DAOP IX Jember
7. Seluruh teman-teman PE angkatan 99

Keterbatasan Pengetahuan dan Kemampuan Menyebabkan Skripsi ini belum sempurna, oleh karena itu saran dan kritik yang membangun demi kesempurnaan Skripsi ini sangat penulis harapkan.

Jember, Oktober 2004

Efia saodah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN MOTTO	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN PENGAJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan	3
1.3 Tujuan dan Manfaat	4
II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Tinjauan Penelitian Terdahulu	5
2.2. Kerangka Pemikiran Teoritis	7
2.2.1 Pengertian Produk Jasa	7
2.2.2 Karakteristik jasa	8
2.2.3 Kualitas Pelayanan Jasa	11
2.2.4 Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa	12
2.2.5 Dasar Teori Kepuasan Pelanggan	18
2.2.6 Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa terhadap Kepuasan Pelanggan.....	24
III. METODE PENELITIAN	
3.1 Rancangan Penelitian	27
3.2 Lokasi Penelitian	27
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	27
3.3.1 Populasi Penelitian	27

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN MOTTO	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN PENGAJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan	3
1.3 Tujuan dan Manfaat	4
II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Tinjauan Penelitian Terdahulu	5
2.2. Kerangka Pemikiran Teoritis	7
2.2.1 Pengertian Produk Jasa	7
2.2.2 Karakteristik jasa	8
2.2.3 Kualitas Pelayanan Jasa	11
2.2.4 Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa	12
2.2.5 Dasar Teori Kepuasan Pelanggan	18
2.2.6 Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa terhadap Kepuasan Pelanggan.....	24
III. METODE PENELITIAN	
3.1 Rancangan Penelitian	27
3.2 Lokasi Penelitian	27
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	27
3.3.1 Populasi Penelitian	27

DAFTAR ISI

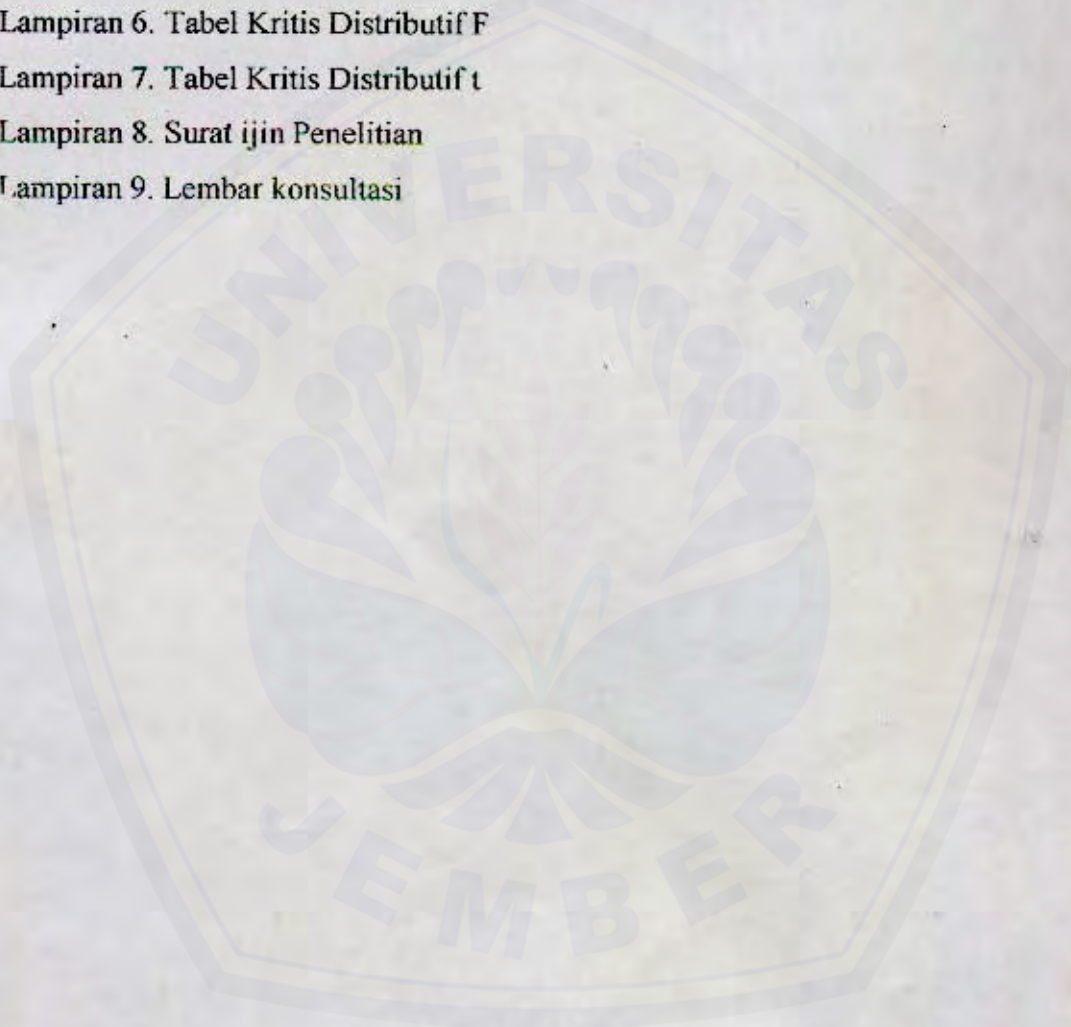
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN MOTTO	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN PENGAJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan	3
1.3 Tujuan dan Manfaat	4
II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Tinjauan Penelitian Terdahulu	5
2.2. Kerangka Pemikiran Teoritis	7
2.2.1 Pengertian Produk Jasa	7
2.2.2 Karakteristik jasa	8
2.2.3 Kualitas Pelayanan Jasa	11
2.2.4 Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa	12
2.2.5 Dasar Teori Kepuasan Pelanggan	18
2.2.6 Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa terhadap Kepuasan Pelanggan	24
III. METODE PENELITIAN	
3.1 Rancangan Penelitian	27
3.2 Lokasi Penelitian	27
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	27
3.3.1 Populasi Penelitian	27

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Fasilitas dan spesifikasi kereta Mutiara Timur.....	43
Tabel 2. Kelompok umur responden.....	44
Tabel 3. Jenis pekerjaan responden.....	45
Tabel 4. Distribusi frekuensi indikator variabel keandalan.....	46
Tabel 5. Distribusi frekuensi indikator variabel ketanggapan.....	47
Tabel 6. Distribusi frekuensi indikator variabel jaminan.....	48
Tabel 7. Distribusi frekuensi indikator variabel empati.....	50
Tabel 8. Distribusi frekuensi indikator variabel bukti fisik.....	52
Tabel 9. Distribusi frekuensi indikator variabel kepuasan pelanggan.....	54
Tabel 10. Perhitungan analisis linear berganda.....	56
Tabel 11. Rekapitulasi pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan pelanggan.....	59
Tabel 12. Rekapitulasi pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.....	60
Tabel 13. Rekapitulasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan pelanggan.....	61

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Matrik Penelitian
- Lampiran 2. Angket Penelitian
- Lampiran 3. Rekapitulasi Hasil Penelitian
- Lampiran 4. Lembar wawancara
- Lampiran 5. Hasil Analisis Statistik dengan Program SPSS *for Window*
- Lampiran 6. Tabel Kritis Distributif F
- Lampiran 7. Tabel Kritis Distributif t
- Lampiran 8. Surat ijin Penelitian
- Lampiran 9. Lembar konsultasi



ABSTRAKSI

Judul : Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Kereta Api Mutiara Timur kelas Eksekutif Jurusan Surabaya-Banyuwangi Tahun 2004.

Dosen Pembimbing : Dra. Sri Wahyuni, MSi
Dra. Retna Ngesti S, MP

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh dimensi kualitas pelayanan (keandalan, ketanggapan, jaminan, empati dan bukti fisik) secara simultan terhadap kepuasan pelanggan, juga untuk mengetahui variabel manakah yang paling dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan KA Eksekutif Mutiara Timur Jurusan Surabaya-Banyuwangi. Teknik penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif yang dilaksanakan pada bulan Juli tahun 2004. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah angket, interview, observasi dan dokumentasi. Jumlah responden penelitian sejumlah 48 yang pengambilannya menggunakan teknik *accidental sampling*. Analisis data dengan menggunakan teknik analisis data regresi linier berganda dengan uji F dan uji t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi kualitas pelayanan (keandalan, ketanggapan, jaminan, empati dan bukti fisik) mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan KA Eksekutif Mutiara Timur Jurusan Surabaya-Banyuwangi. Hal ini dibuktikan dengan menggunakan uji-F dimana F-hitung lebih besar dari F-tabel ($33,703 > 2,80$) dengan signifikansi 0,000. Koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,800 yang berarti bahwa variabel kualitas pelayanan (keandalan, ketanggapan, jaminan, empati dan bukti fisik) secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 80,0%. Proporsi sumbangan masing-masing variabel kualitas pelayanan menunjukkan hasil 20,0944 % untuk variabel Keandalan, 13,1838 % variabel Ketanggapan, 17,2536 % variabel Jaminan, 14,4115% variabel Empati dan 15,1368 % untuk variabel Bukti fisik. Hasil angka ini menunjukkan bahwa variabel keandalan merupakan variabel yang dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan karena mempunyai nilai proporsi yang lebih besar dibandingkan variabel lainnya. Dapat disarankan bagi PT. KAI agar menggunakan variabel keandalan sebagai alat utama dalam rangka meningkatkan kepuasan pelanggan-pelanggannya dengan tetap tidak melupakan variabel kualitas pelayanannya yang lainnya.

Kata Kunci : Kualitas pelayanan dan Kepuasan pelanggan

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Permasalahan

Perkembangan zaman telah menyebabkan pergeseran pada segala sendi kehidupan yang ada. Seiring dengan perkembangan zaman, kebutuhan masyarakat semakin beragam sehingga masing-masing individu disibukkan oleh berbagai aktivitas guna memenuhi kebutuhan yang semakin beragam ini. Meningkatnya mobilitas masyarakat ini pada gilirannya menjadikan sarana transportasi sebagai suatu kebutuhan yang tidak terelakkan lagi. Tingginya kebutuhan dan penggunaan akan sarana transportasi dewasa ini tidak hanya karena fungsinya yaitu hanya untuk mengangkut penumpang dan barang dari suatu tempat ke tempat yang lain, namun kenyataan menunjukkan bahwa ada hubungan antara tingkatan dari kegiatan ekonomi dengan kebutuhan menyeluruh akan sarana angkutan, dengan kata lain meningkatnya aktivitas ekonomi maka meningkat pula kebutuhan akan angkutan. Melihat kenyataan ini maka tidaklah mengherankan bila kemudian perusahaan jasa angkutan dalam dekade terakhir ini banyak bermunculan terutama jasa angkutan penumpang baik darat, laut maupun udara.

Era global tidak hanya menyebabkan kebutuhan masyarakat semakin kompleks, tetapi juga mengakibatkan semakin ketatnya persaingan bisnis antara perusahaan sejenis. Pada kondisi yang serba kompetitif istilah "pelanggan adalah raja" bukan lagi sekedar konsep klise. Menurut Irawan (2003:3) Sekitar 90% top manajemen di Indonesia percaya bahwa kepuasan pelanggan adalah hal yang penting. Kepuasan bukanlah konsep baru namun sampai hari ini konsep tersebut masih sangat relevan, logika sederhana yaitu apabila pelanggan puas pastilah akan terjadi sesuatu yang lebih baik untuk kelanjutan bisnis di masa mendatang.

Pelanggan yang puas adalah pelanggan yang merasa mendapatkan nilai dari produsen atau penyedia jasa. Nilai ini berasal dari produk, pelayanan, sistem atau sesuatu yang bersifat emosi. Kalau nilai dari pelanggan adalah kenyamanan, maka kenyamanan akan datang apabila kenyamanan yang diperoleh benar-benar dirasakan atau memberikan kepuasan. Bila seorang pelanggan merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, maka sangat besar kemungkinannya untuk menjadi pelanggan dalam jangka waktu yang lama. Bahkan bisa juga menjadi media promosi terhadap konsumen lain. Oleh karena itu, perhatian perusahaan terhadap kepuasan konsumen merupakan faktor penentu bagi keberhasilan perusahaan untuk mempertahankan pelanggan dan tetap survive ditengah ketatnya persaingan bisnis saat ini.

P.T KAI adalah salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak dalam bidang jasa angkutan darat. Pengangkutan penumpang melalui jalur kereta api merupakan sarana angkutan alternatif selain menggunakan angkutan darat lainnya, sehingga untuk menghadapi ini pihak P.T KAI harus bisa meningkatkan pelayanan kepada penumpang.

Perusahaan yang bergerak dibidang jasa angkutan penumpang, dimana faktor keselamatan penumpang, ketepatan waktu, keamanan dan kenyamanan dalam perjalanan merupakan hal penting yang dibutuhkan oleh penumpang/ konsumen agar tidak lari ke perusahaan lain yang sejenis maka P.T KAI harus memperhatikan faktor-faktor tersebut.

Semenjak berubahnya status perusahaan yang menangani perhubungan darat, khususnya kereta api yang semula bernama Perumka, sekarang menjadi P.T Kereta Api Indonesia akan berdampak pada sistem pengelolaan. Kalau dahulu masih bertumpu pada pelayanan masyarakat sebagai fungsi utama BUMN dengan berbagai subsidi maka sekarang harus bertumpu pada pengoptimalan kinerja sehingga akan dapat memberikan keuntungan yang optimal.

Kereta Api Mutiara Timur adalah satu-satunya kereta api jurusan Surabaya-Banyuwangi yang memiliki kelas eksekutif. Konsekuensi kelas eksekutif ini adalah harga tiket yang lebih mahal dibanding kelas lain, dengan harga tiket yang lebih mahal diharapkan kualitas pelayanan lebih baik dibandingkan kelas yang bukan eksekutif. Kualitas pelayanan ini dapat diwujudkan dengan pemberian pelayanan yang maksimal, yang tidak dapat dijumpai dalam kelas ekonomi maupun kelas bisnis.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti ingin mengetahui apakah pelayanan yang diberikan oleh kru Kereta Api Mutiara Timur memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kereta Api Mutiara Timur Kelas Eksekutif jurusan Surabaya-Banyuwangi. Oleh karena itu perlu diadakan kajian dengan penelitian yang mengambil judul "Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Kereta Api Mutiara Timur Kelas Eksekutif Jurusan Surabaya-Banyuwangi".

1.2 Permasalahan

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Adakah pengaruh yang signifikan dari variabel dimensi kualitas pelayanan jasa yang terdiri atas keandalan, ketanggapan, jaminan, empati dan bukti langsung terhadap kepuasan pelanggan jasa kereta api Mutiara Timur kelas eksekutif jurusan Surabaya-Banyuwangi?
2. Variabel manakah dari dimensi kualitas pelayanan (keandalan, ketanggapan, jaminan, empati dan bukti langsung) yang mempunyai pengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan jasa kereta api Mutiara Timur kelas eksekutif jurusan Surabaya-Banyuwangi?

1.3 Batasan Masalah

Penelitian ini dibatasi pada penelitian bidang manajemen pemasaran yaitu kualitas pelayanan jasa, dengan bahasan pengaruh

kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan jasa kereta api Mutiara Timur kelas eksekutif jurusan Surabaya-Banyuwangi.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut

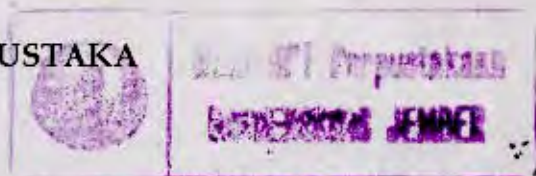
1. Untuk mendiskripsikan pengaruh dari dimensi kualitas pelayanan jasa (keandalan, ketanggapan, jaminan, empati dan bukti langsung) terhadap kepuasan pelanggan jasa kereta api Mutiara Timur kelas eksekutif jurusan Surabaya-Banyuwangi.
2. Untuk mengetahui adakah pengaruh yang signifikan dari dimensi kualitas pelayanan jasa (keandalan, ketanggapan, jaminan, empati dan bukti langsung) terhadap kepuasan pelanggan jasa kereta api Mutiara Timur kelas eksekutif jurusan Surabaya-Banyuwangi.
3. Untuk mengetahui variabel manakah dari dimensi kualitas pelayanan jasa (keandalan, ketanggapan, jaminan, empati dan bukti langsung) yang mempunyai pengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan jasa kereta api Mutiara Timur kelas eksekutif jurusan Surabaya-Banyuwangi.

1.4.2 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi peneliti, dapat menambah pengetahuan, pengalaman serta wawasan sesuai dengan disiplin ilmu yang ditekuni.
2. Bagi perguruan tinggi, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan akademik sebagai tambahan referensi dan bahan kepustakaan yang dapat digunakan sebagai bahan acuan bagi mahasiswa yang ingin melakukan penelitian sejenis.
3. Bagi pihak P.T KAI, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan pertimbangan dan masukan dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan dalam rangka memberikan kepuasan kepada para pelanggannya.

II. TINJAUAN PUSTAKA



2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Muhadi Tahun 2003 yang berjudul "Pengaruh Dimensi Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Mitra Pinastika Mustika Malang (Studi pada Bengkel Sepeda Motor Honda)" menyimpulkan bahwa dimensi kualitas yang terdiri atas bukti langsung (X1), keandalan (X2), daya tanggap (X3), jaminan (X4), empati (X5) bukti fisik mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini terbukti dengan perhitungan uji F diperoleh F-hitung 316,308 lebih besar dari F-tabel 2,30 (5%). Perhitungan $R^2 = 0,941$ yang berarti 94,1% kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh lima variabel dimensi kualitas jasa tersebut.

Proporsi sumbangan masing-masing variabel kualitas pelayanan menunjukkan hasil untuk variabel keandalan (X1) 21,0942%, variabel daya tanggap (X2) 17,3887 %, variabel jaminan (X3) 19,4736%, variabel empati (X4) 19,1445% dan variabel bukti fisik (X5) 15,2116%. Hasil angka ini menunjukkan variabel dimensi kualitas jasa yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan di PT Mitra Pinastika Mustika Malang adalah X1 yang memiliki proporsi paling besar yaitu 21,0942%.

Persamaan penelitian yang dilakukan Muhadi dengan penelitian ini adalah:

- 1). Sama-sama meneliti bidang jasa.
- 2). Variabel X dan Y yang diteliti sama yaitu dimensi kualitas jasa dan kepuasan pelanggan

Perbedaan antara penelitian yang dilakukan oleh Muhadi dengan penelitian ini adalah pada bidang jasa, yaitu Muhadi pada jasa servis sepeda motor sedangkan penelitian ini pada jasa transportasi darat yaitu kereta api.

Penelitian sejenis lainnya dilakukan Hadi Tahun 2003 yang berjudul "Analisis Dimensi Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Perbaikan Sepeda Motor Honda" pada Bengkel AHASS Gono Motor I Jember. Penelitian tersebut berkesimpulan bahwa variabel dimensi kualitas jasa yang terdiri atas keandalan (X1), daya tanggap (X2), jaminan (X3), empati (X4) dan bukti langsung (X5) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa perbaikan sepeda motor pada bengkel AHASS Gono Motor I Jember. Hal ini dibuktikan dengan perhitungan uji F yang menunjukkan bahwa nilai F hitung lebih besar dari nilai F tabel, yaitu $85,049 > 2,38$ dengan $\alpha = 0,05 > \text{sig} = 0,00$. Besarnya nilai R² sebesar 0,887 menunjukkan pengaruh variabel dimensi kualitas jasa terhadap kepuasan pelanggan.

Proporsi sumbangan masing-masing variabel kualitas pelayanan menunjukkan hasil untuk variabel keandalan (X1) 20,4115%, variabel ketanggapan (X2) 18,3861%, Variabel jaminan 17,8362 %, Variabel empati (X4) 15,7691 %, Variabel bukti fisik (X5) 14,7953%. Hasil angka ini menunjukkan variabel dimensi kualitas jasa yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan bengkel AHASS Gono Motor adalah keandalan (X1) yang memiliki proporsi paling besar yaitu 20,4115%.

Penelitian yang dilakukan Hadi ini sebenarnya hampir sama dengan penelitian Muhadi hanya berbeda lokasi penelitian. Sedangkan persamaan penelitian yang dilakukan Hadi dengan penelitian ini adalah:

- 1). Sama-sama meneliti bidang jasa.
- 2). Variabel X dan Y yang diteliti sama yaitu dimensi kualitas jasa dan kepuasan pelanggan

Perbedaan antara penelitian yang dilakukan oleh Hadi dengan penelitian ini adalah pada bidang jasa, yaitu Hadi pada jasa servis sepeda motor seperti halnya penelitian Muhadi sedangkan penelitian ini pada jasa transportasi darat yaitu kereta api.

2.2 Kerangka Pemikiran Teoritis

2.2.1 Pengertian Produk Jasa

Kotler (1997:9) mendefinisikan produk sebagai segala sesuatu yang dapat ditawarkan untuk memuaskan suatu kebutuhan dan keinginan. Produk dapat dibedakan menjadi tiga jenis: yaitu barang fisik, jasa dan gagasan. Rumusan lain yang mirip dengan definisi Kotler tentang produk adalah dari Mursid (1997:71) yang menyatakan produk sebagai hasil akhir yang mengandung elemen-elemen fisik, jasa, dan hal-hal yang simbolis yang dibuat dan dijual oleh perusahaan untuk memberikan kepuasan dan keuntungan bagi pembelinya. Meskipun demikian, kadang-kadang kita sulit membedakan secara tegas antara barang dan jasa. Hal ini karena kadang-kadang sulit diketahui tentang batas-batas yang jelas antara barang dan jasa. Sebagai contoh, pembelian akan suatu barang sering kali disertai dengan jasa-jasa tertentu, sebaliknya pembelian suatu jasa sering kali juga melibatkan barang-barang yang melengkapinya.

Jasa merupakan pemberian suatu kinerja atau tindakan tak kasat mata dari suatu pihak kepada pihak lain (Rangkuti, 2002:26). Definisi jasa menurut Swastha (1996:318) adalah barang yang tidak kentara (*intangible product*) yang dibeli dan dijual di pasar melalui suatu transaksi pertukaran yang saling memuaskan. Kotler (2002:486) merumuskan jasa sebagai tindakan atau 'unjuk kerja yang ditawarkan oleh salah satu pihak

ke pihak lain yang secara prinsip intangible dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun. *Produksinya dikaitkan atau tidak dikaitkan dengan suatu produk fisik. Sedangkan Zithmal dan Mitner dalam Yazid (2001:4) mendefinisikan jasa sebagai semua aktivitas ekonomi yang outputnya bukanlah produk atau konstruksi fisik, yang secara umum konsumsi dan produksinya dilakukan pada waktu yang sama (simultan), dan nilai tambah yang diberikannya dalam bentuk yang secara prinsip intangible (kenyamanan, hiburan, kecepatan dan kesehatan) bagi pembeli pertamanya.

Berdasarkan beberapa pendapat tersebut maka dapat disimpulkan bahwa jasa merupakan hasil dari aktivitas atau tindakan yang tidak berwujud yang dihasilkan dan ditawarkan oleh perusahaan jasa kepada konsumen, yang proses penyampaiannya dilaksanakan secara simultan dan tidak mengakibatkan perpindahan kepemilikan. Selain itu, nilai dan keuntungan dari suatu jasa dapat berbeda-beda diantara pemakainya, karena sebagai sumber (input) untuk melakukan jasa berasal dari pembeli itu.

Jasa transportasi yang dilakukan KA eksekutif Mutiara Timur jurusan Surabaya-Banyuwangi merupakan tindakan untuk mengantarkan penumpang atau pelanggan menuju tujuan.

2.2.2 Karakteristik Jasa

Menurut Tjiptono (2000b:15) ada empat karakteristik pokok jasa yang membedakannya dengan barang. Keempat karakteristik tersebut adalah: (1) intangibility, (2) inseparability, (3) variability, (4) perishability. Teori yang sama juga diungkapkan oleh Kotler (2002:488) bahwa jasa memiliki empat karakteristik utama yang sangat mempengaruhi rancangan program pemasaran yaitu: tidak berwujud (intangibility), tidak

terpisahkan (*inseparability*), bervariasi (*variability*), dan mudah lenyap (*perishability*).

a. Tidak Berwujud (*Intangibility*)

Meskipun sebagian besar jasa dapat berkaitan dan didukung oleh produk fisik, tetapi sifat dari jasa adalah tidak berwujud, sehingga pada dasarnya yang dibeli oleh konsumen jasa adalah kinerja dari pihak penyaji jasa. Kotler (2002:488) menyatakan bahwa jasa berbeda dengan produk fisik, karena jasa tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, didengar atau dicium sebelum jasa itu dibeli. Hal ini berarti bahwa konsumen tidak dapat menilai hasil atau kinerja dari suatu jasa sebelum ia menikmatinya sendiri.

Sifat ketidakberwujudan jasa akan membawa konsekuensi-konsekuensi bagi penyedia jasa. Yazid (2001:29) menyatakan bahwa karena sifat ketidakberwujudannya jasa menjadi tidak bisa disimpan (tidak ada persediaan), sehingga tidak bisa disediakan dan disuplai sewaktu-waktu. Alat-alat yang diperlukan, fasilitas yang tersedia dan karyawan memang dapat dipersiapkan untuk memproses jasa pada sembarang waktu, akan tetapi semuanya itu hanya mencerminkan kapasitas produksi dan bukan jasanya itu. Kapasitas yang tidak terpakai akan hilang begitu saja sampai ada konsumen yang memerlukan jasa yang diproses melalui kapasitas tersebut. Kemudian, apabila permintaan melebihi kapasitas yang tersedia, konsumen sangat mungkin akan kecewa karena tidak ada lagi jasa yang tersedia untuknya.

b. Tidak Terpisahkan (*Inseparability*)

Jasa memiliki karakteristik tidak terpisahkan antara proses produksi dan konsumsi dalam penyampaiannya pada konsumen. Tjiptono (2000b:16) menyatakan bahwa barang biasanya diproduksi, kemudian dijual, lalu dikonsumsi. Jasa biasanya dijual terlebih

dahulu, baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan. Berdasarkan hal tersebut, dalam hal penyajian jasa terjadi interaksi langsung antara penyedia jasa dan konsumen, sehingga dalam industri jasa hasil atau outputnya sangat dipengaruhi oleh efektivitas hubungan penyedia jasa dengan pelanggan serta sejauh mana individu menyampaikan jasa tersebut.

c. Bervariasi (*Variability*)

Tjiptono (2000b:17) menyatakan jasa bersifat sangat variatif karena merupakan *non-standardized output*, serta banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis bergantung pada siapa, kapan, dan dimana jasa tersebut dihasilkan. Yazid (2001:29) menyatakan bahwa tampaknya keberagaman jasa sebagian terbesar dipicu oleh interaksi manusia (intern dan antara karyawan dan konsumen) dengan segala perbedaan harapan dan persepsi yang menyertai interaksi tersebut.

Berdasarkan hal tersebut maka dapat disimpulkan bahwa hasil atau output dari suatu jasa sangat beragam dan bervariasi, sehingga sangat sulit untuk melakukan standarisasi mutu dan konsistensi kualitas jasa. Menurut Bovee, Houston dan Thill (dalam Tjiptono, 2000b:17), ada tiga faktor yang menyebabkan variabilitas kualitas jasa, yaitu kerjasama atau partisipasi pelanggan selama penyampaian jasa, moral atau motivasi karyawan dalam melayani pelanggan, dan beban kerja perusahaan.

d. Mudah Lenyap (*Perishability*)

Karakteristik lain dari jasa adalah mudah lenyap atau kerentanan. Hal ini berarti bahwa jasa tidak bisa disimpan, dijual lagi, atau dikembalikan (Yazid, 2001:32). Karakteristik jasa ini merupakan tantangan bagi perusahaan untuk selalu dapat menyeimbangkan penawaran dan permintaan jasa, sehingga tidak akan terjadi kelebihan

penawaran dan atau kelebihan permintaan yang tidak dapat dilayani oleh perusahaan.

2.2.3 Kualitas Pelayanan Jasa

Persaingan antar perusahaan bidang jasa pada saat ini sangat kompetitif. Hal ini ditandai oleh perusahaan-perusahaan dengan menawarkan berbagai keunggulan kepada konsumen. Di lain pihak konsumen sekarang ini sudah banyak yang mengerti akan informasi-informasi pasar, sehingga konsumen menjadi lebih kritis terutama dalam pemilihan produk jasa. Pada umumnya konsumen menuntut produk yang berkualitas tinggi yang didukung oleh pelayanan prima dan dengan harga yang kompetitif. Sebagaimana telah diungkapkan di depan bahwa dalam perusahaan jasa sangat sulit dilakukan standarisasi mutu atau kualitas jasa, akan tetapi mutu dan kualitas merupakan aset yang sangat berharga bagi perusahaan. Hal ini sesuai dengan pendapat Welch (dalam Kotler, 2002:66) yang menyatakan bahwa mutu merupakan jaminan terbaik bagi kita atas kesetiaan pelanggan, pertahanan kuat kita dalam menghadapi persaingan asing dan satu-satunya jalan menuju pertumbuhan dan pendapatan yang langgeng. Dengan demikian, sangat penting bagi KA eksekutif Mutiara Timur jurusan Surabaya-Banyuwangi untuk menghasilkan jasa yang berkualitas.

Goetsh dan Davis (dalam Tjiptono, 1995:4) mendefinisikan kualitas sebagai suatu kondisi yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan; sedangkan menurut Wyckof (dalam Tjiptono, 2000a:52), kualitas jasa merupakan tingkat kesempurnaan yang diharapkan dan pengendalian atas kesempurnaan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Selain definisi tersebut, *The American Society for Quality Control* (dalam Kotler dan Armstrong, 2001:13) mendefinisikan mutu sebagai sifat dan

karakteristik total dari sebuah produk atau jasa yang berhubungan dengan kemampuannya memuaskan kebutuhan pelanggan. Jadi pada dasarnya ada dua unsur pokok yang ada pada kualitas jasa yaitu kemampuan dari penyedia jasa untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan dan keinginan pelanggan (kualitas proses pelayanan) serta sejauh mana jasa tersebut dapat memberikan kepuasan pada pelanggan (kualitas hasil). Hal ini sesuai dengan pendapat Tjiptono (2000a:51) yang menyatakan bahwa pada dasarnya definisi kualitas jasa terfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Berdasarkan beberapa definisi tersebut, kualitas jasa dapat diartikan sebagai tingkat kesempurnaan output atau hasil dari proses penyajian jasa yang dilakukan oleh penyedia jasa yang sesuai dengan harapan dan dapat memuaskan keinginan pelanggan.

2.2.4 Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa

Sebagian besar pada saat sekarang ini proses penyajian jasa tidak pernah terlepas dari adanya interaksi antara penyedia jasa dan pemakai jasa, sehingga kualitas jasa sangat dipengaruhi oleh efektivitas proses interaksi tersebut. Semakin efektif proses interaksi penyajian jasa, maka hasil atau output jasa akan semakin besar kemungkinannya dapat memuaskan keinginan pelanggan dan juga sebaliknya, apabila proses interaksi yang terjadi kurang efektif maka sangat rentan akan terjadi ketidakpuasan. Perusahaan dalam merumuskan strategi dan program pelayanan harus berorientasi pada pelanggan dengan mempertimbangkan komponen atau dimensi kualitas pelayanan. Hal ini karena pada umumnya yang dapat menilai suatu jasa berkualitas atau tidak adalah pelanggan. Hal ini sesuai dengan pendapat Rangkuti (2002:18) yang menyatakan bahwa tingkat kualitas pelayanan tidak dapat

dinilai berdasarkan sudut pandang perusahaan tetapi harus dipandang dari penilaian pelanggan. Pelanggan umumnya menilai suatu jasa atau tidak berdasarkan pada perbandingan tingkat kepentingannya terhadap jasa yang akan mereka terima dengan jasa yang diharapkan. Lebih lanjut Rangkuti (2002:29) menyatakan bahwa pelanggan berusaha menilai kualitas jasa berdasarkan apa yang dirasakannya, yaitu atribut-atribut yang memiliki kualitas proses dan kualitas pelayanan. Hal tersebut juga sesuai dengan pendapat Parasuraman, et.al. (dalam Tjiptono, 2002:26); Lovelock (dalam Rangkuti, 2002:18) yang menyatakan bahwa dalam mengevaluasi jasa yang bersifat *intangibile*, konsumen umumnya menggunakan beberapa atribut faktor atau kriteria yang menentukan kualitas suatu jasa, yaitu: (1) *Reliability* (keandalan), (2) *Responsiveness* (daya tanggap), (3) *Assurance* (jaminan), (4) *Emphaty* (empati), (5) *Tangible* (bukti langsung). Lebih lanjut Tjiptono (2000a: 55) yang menyatakan bahwa kelima dimensi kualitas jasa tersebut merupakan lima dimensi utama kualitas jasa yang sesuai dengan urutan derajat kepentingan relatifnya.

a. Keandalan (*Reliability*)

Menurut Yazid (2001:108) yang dimaksud dengan kehandalan adalah kemampuan yang dapat dihandalkan, akurat dan konsisten dalam mengerjakan jasa sesuai dengan keinginan konsumen. Tjiptono (2002:26) ; angkuti (2002:30) mendefinisikan keandalan yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Selain definisi tersebut Irawan (2003:61) menyatakan bahwa yang dimaksud *reliability*. Yaitu dimensi yang mengukur kehandalan dari perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggannya. Berdasarkan beberapa definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa keandalan merupakan kemampuan perusahaan penyaji jasa untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang

dijanjikan dan kemampuan perusahaan dalam menangani permasalahan yang dihadapi oleh konsumen secara akurat atau tidak ada kesalahan serta dapat memuaskan keinginan dan harapan pelanggan.

Dimensi keandalan merupakan dimensi yang paling penting dalam jasa transportasi. Hal ini karena para pelanggan umumnya menilai keandalan pelayanan berdasarkan segi ketepatan waktu berangkat dan kedatangan sesuai dengan jadwal yang ditetapkan. Hal ini sesuai dengan pendapat Payne (dalam Yazid, 2001:108) yang menyatakan bahwa keandalan merupakan dimensi yang paling penting untuk kebanyakan jasa. Selain itu, Irawan (2003:61) mengungkapkan bahwa dibandingkan dengan empat dimensi kualitas lainnya, dimensi *reliability* sering dipersepsikan paling penting bagi pelanggan dari berbagai industri jasa.

Keandalan pelayanan Kereta Api Mutiara Timur Kelas Eksekutif jurusan Surabaya-Banyuwangi dapat dilihat berdasarkan segi ketepatan jadwal berangkat dan kedatangan di tempat tujuan.

b. Ketanggapan (*Responsiveness*)

Pada dasarnya para konsumen menginginkan untuk mendapatkan pelayanan yang baik dan memuaskan, konsumen akan merasa senang apabila para karyawan yang melayani mereka memiliki kesigapan dan ketulusan dalam memenuhi permintaan konsumen.

Yazid (2002:108) mendefinisikan ketanggapan adalah kemauan untuk memberikan pelayanan dan membantu konsumen dengan segera. Rangkuti (2002:30) menyatakan bahwa yang dimaksud dengan ketanggapan yaitu kemauan untuk menolong pelanggan dan ketersediaan untuk melayani pelanggan dengan baik. Definisi yang sama juga diungkapkan oleh Tjiptono (2002:26) bahwa daya tanggap

yaitu keinginan para staf dan karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap. Jadi berdasarkan beberapa definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa, yang dimaksud dengan ketanggapan adalah kemauan atau keinginan dari semua pihak penyaji jasa untuk memberikan pelayanan sebaik mungkin dalam upaya membantu dan melayani apa yang menjadi keinginan dan penyelesaian permasalahan yang dialami oleh pelanggan, sehingga permasalahan tersebut dapat terselesaikan dengan cepat dan dengan hasil yang memuaskan.

Ketanggapan pelayanan Kereta Api Mutiara Timur Kelas Eksekutif jurusan Surabaya-Banyuwangi dapat dinilai dari kesediaan kru KA melayani penumpang serta memberikan informasi yang tepat.

c. Jaminan (*Assurance*)

Dimensi jaminan dalam kualitas jasa merupakan dimensi yang penting bagi perusahaan untuk dapat memberikan keyakinan kepada konsumen bahwa perusahaan mampu memberikan apa yang diinginkan oleh para pelanggan serta jasa yang ditawarkan perusahaan dapat memberikan rasa aman dan nyaman bagi pelanggan. Hal ini karena pada umumnya konsumen menginginkan jaminan bahwa yang mereka beli tidak salah dan mereka merasa percaya serta yakin akan kemampuan perusahaan. Irawan (2003:69) mengungkapkan bahwa ada empat aspek dalam dimensi jaminan jasa yang dapat mempengaruhi kepercayaan dan kepuasan konsumen pada perusahaan, yaitu keramahan, kompetensi, kredibilitas dan keamanan. Lebih lanjut, dinyatakan bahwa dimensi kualitas pelayanan yang juga menentukan kepuasan pelanggan adalah *assurance*, yaitu dimensi kualitas yang berhubungan dengan kemampuan perusahaan dan perilaku para pegawai dalam

menanamkan rasa percaya dan keyakinan kepada para pelanggannya Rangkuti (2003:30) mendefinisikan jaminan mencakup pengetahuan, kesopanan, petugas dan sifatnya dapat dipercaya sehingga pelanggan terbebas dari resiko.

Beberapa definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa jaminan merupakan faktor penting dalam membentuk kepercayaan bagi pelanggan baik yang berkaitan dengan kemampuan atau kompetensi, kesopanan dan moral dari para karyawan yang dapat dipercaya, sehingga konsumen merasa terhindar dari berbagai resiko yang berkaitan dengan jasa yang dikonsumsinya.

Jaminan dalam pelayanan yang diberikan Kereta Api Mutiara Timur Kelas Eksekutif jurusan Surabaya-Banyuwangi dapat dilihat dalam bentuk keamanan, keselamatan, dan kenyamanan dalam perjalanan serta kesopanan kru KA dalam melayani penumpang.

d. Empati (*Emphaty*)

Tjiptono (2002:26) mengungkapkan bahwa empati meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para pelanggan. Hal yang sama juga diungkapkan Rangkuti (2002:30) yang mendefinisikan empati, yaitu rasa peduli untuk memberikan perhatian secara individual kepada pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan dan kemudahan untuk dihubungi.

Para penyaji jasa seharusnya dapat memahami dan merasakan apa yang diinginkan konsumen dari perusahaannya. Biasanya para pelanggan menginginkan dirinya dikenali, baik yang berkaitan dengan identitasnya maupun yang berkaitan dengan kebutuhan dan keinginannya secara spesifik. Bila perusahaan dapat menerapkan dimensi empati ini, kemungkinan besar para pelanggan akan merasa senang terhadap pelayanan yang dilakukan oleh perusahaan. Hal ini

menanamkan rasa percaya dan keyakinan kepada para pelanggannya Rangkuti (2003:30) mendefinisikan jaminan mencakup pengetahuan, kesopanan, petugas dan sifatnya dapat dipercaya sehingga pelanggan terbebas dari resiko.

Beberapa definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa jaminan merupakan faktor penting dalam membentuk kepercayaan bagi pelanggan baik yang berkaitan dengan kemampuan atau kompetensi, kesopanan dan moral dari para karyawan yang dapat dipercaya, sehingga konsumen merasa terhindar dari berbagai resiko yang berkaitan dengan jasa yang dikonsumsinya.

Jaminan dalam pelayanan yang diberikan Kereta Api Mutiara Timur Kelas Eksekutif jurusan Surabaya-Banyuwangi dapat dilihat dalam bentuk keamanan, keselamatan, dan kenyamanan dalam perjalanan serta kesopanan kru KA dalam melayani penumpang.

d. Empati (*Emphaty*)

Tjiptono (2002:26) mengungkapkan bahwa empati meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para pelanggan. Hal yang sama juga diungkapkan Rangkuti (2002:30) yang mendefinisikan empati, yaitu rasa peduli untuk memberikan perhatian secara individual kepada pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan dan kemudahan untuk dihubungi.

Para penyaji jasa seharusnya dapat memahami dan merasakan apa yang diinginkan konsumen dari perusahaannya. Biasanya para pelanggan menginginkan dirinya dikenali, baik yang berkaitan dengan identitasnya maupun yang berkaitan dengan kebutuhan dan keinginannya secara spesifik. Bila perusahaan dapat menerapkan dimensi empati ini, kemungkinan besar para pelanggan akan merasa senang terhadap pelayanan yang dilakukan oleh perusahaan. Hal ini

sesuai dengan pendapat Irawan (2003:73-74) yang menyatakan bahwa pelanggan mau egonya seperti gengsinya dijaga dan mereka mau statusnya dimata banyak orang diperhatikan dan apabila perlu ditingkatkan terus menerus oleh perusahaan penyedia jasa.

Berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa empati merupakan rasa kepedulian dari penyaji jasa terhadap kepentingan, kemauan dan kebutuhan pelanggan secara individual dan secara spesifik, baik yang berkaitan dengan konsumsi jasa yang dilakukan maupun keinginan aktualisasi diri dari para pelanggan. Selain itu, dimensi empati ini sangat sangat baik diterapkan untuk menyenangkan para pelanggan dari segi psikologis. Hal ini sesuai dengan pendapat Irawan (2003:75) yang menyatakan bahwa empati dapat memberikan peluang besar bagi perusahaan untuk memberikan pelayanan yang bersifat surprise, yaitu sesuatu yang tidak diharapkan pelanggan, ternyata diberikan oleh penyedia jasa sehingga konsumen akan merasa senang dan diperhatikan oleh penyaji jasa.

Indikator empati sebagai salah satu faktor dimensi kualitas pelayanan Kereta Api Mutiara Timur Kelas Eksekutif jurusan Surabaya-Banyuwangi dapat dilihat dari:

- a. Perhatian terhadap keluhan penumpang;
 - b. Mengenal penumpang;
 - c. Kemudahan menjalin relasi & komunikasi; dan
 - d. Keramahan pelayanan restorasi.
- a. **Bukti langsung (*Tangible*)**

Tjiptono (2002:26); dan Rangkuti (2002:30) menyatakan bahwa bukti langsung meliputi fasilitas fisik, perlengkapan pegawai dan sarana komunikasi. Karakteristik jasa yang tidak berwujud mengakibatkan konsumen seringkali menilai kualitas jasa berdasarkan

pada kondisi fisik yang ada. Demikian juga dengan jasa transportasi, bukti fisik merupakan hal yang penting untuk meyakinkan pada pelanggan bahwa perusahaan tersebut memiliki kualitas yang baik. Yazid (2001:111) menyatakan bahwa karena intangibilitas jasa, khususnya lingkungan fisik merupakan salah satu aspek organisasi jasa yang dengan mudah terlihat oleh konsumen, maka penting kiranya lingkungan fisik ini, apapun bentuknya, harus didesain dalam cara yang konsisten dengan strategi posisi.

Bukti fisik memang merupakan hal yang baik untuk mempengaruhi persepsi pelanggan, tetapi dilain pihak juga akan mempengaruhi harapan pelanggan terhadap perusahaan, pelanggan biasanya memiliki tingkat harapan yang tinggi pada perusahaan yang memiliki bukti fisik yang bagus. Dengan demikian perusahaan harus menyadari bahwa semakin tinggi harapan konsumen akan kinerja jasa yang diberikan perusahaan, maka semakin rawan terjadi ketidakpuasan bagi konsumen.

Pada Kereta Api Mutiara Timur Kelas Eksekutif jurusan Surabaya-Banyuwangi bukti langsung pelayanan dapat dilihat dari:

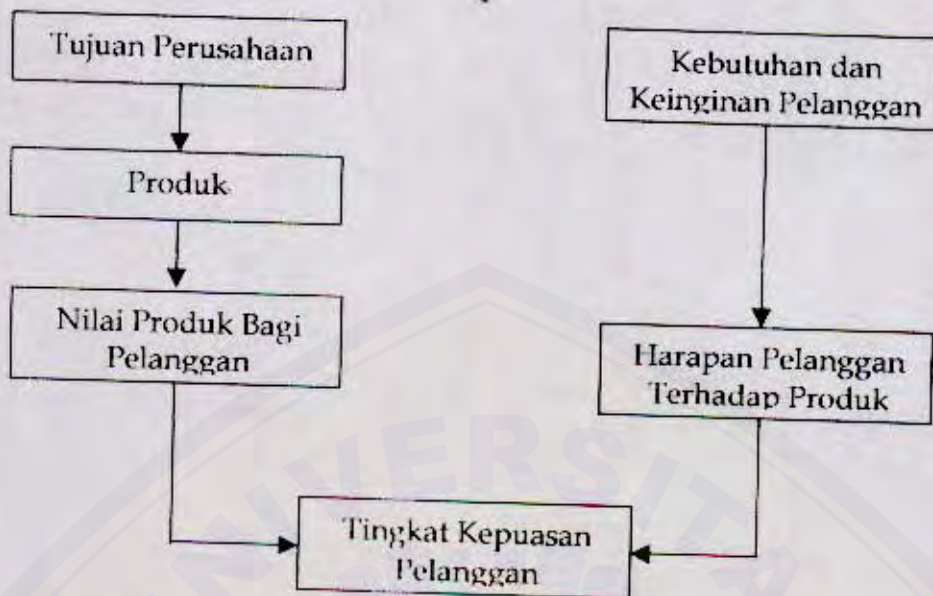
- Kondisi toilet KA/ Gerbong.
- Interior ruangan KA/ Gerbong
- Kondisi tempat duduk
- Fasilitas tambahan TV

2.2.5 Dasar Teori Kepuasan Pelanggan

Secara harfiah kepuasan atau *satisfaction* berasal dari bahasa latin *satis* (artinya cukup baik, memadai) dan *facio* (melakukan atau membuat), sehingga secara sederhana dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu (Tjiptono, 2000a:89). Menurut Alma (2000:231) *satisfaction* adalah respon konsumen yang sudah terpenuhi keinginannya. Kotler (2002:42)

menyatakan bahwa kepuasan pelanggan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapannya. Lebih lanjut Tjiptono (2000:90) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan dirumuskan sebagai evaluasi purnabeli, persepsi kinerja alternatif produk/jasa yang dipilih memenuhi atau melebihi harapan sebelum pembelian. Apabila persepsi terhadap kinerja tidak dapat memenuhi harapan, yang terjadi adalah ketidakpuasan.

Berdasarkan beberapa definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa pengertian kepuasan pelanggan mencakup antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan oleh konsumen setelah merasakan kinerja yang diterimanya dari penyaji jasa. Penumpang KA Mutiara Timur jurusan Surabaya-Banyuwangi juga akan membandingkan antara harapan yang mereka miliki pada saat akan naik KA dengan kenyataan yang mereka dapati pada saat sudah naik KA Mutiara Timur sampai tempat tujuan. Apabila harapan yang dimiliki lebih tinggi dari hasil layanan yang mereka dapatkan dari KA Mutiara Timur, maka kemungkinan besar pelanggan akan merasa kecewa dan merasa tidak puas. Sebaliknya jika kenyataan yang mereka dapatkan sama atau bahkan melebihi harapan para pelanggan, maka besar kemungkinannya pelanggan merasa senang dan puas naik KA Mutiara Timur. Hal ini sesuai dengan pendapat Yazid (2001:54) yang menyatakan bahwa puas tidaknya konsumen terhadap jasa yang telah dibelinya bergantung pada evaluasi mereka terhadap jasa yang telah dibelinya. Secara ringkas konsep kepuasan pelanggan dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Konsep Kepuasan Pelanggan

Sumber: Rangkuti (2002:24)

Pada Gambar 1 dapat dilihat bahwa salah satu tujuan dari perusahaan adalah memberikan kepuasan bagi para pelanggan melalui pemenuhan kebutuhan akan produk/jasa sesuai dengan harapan dan keinginan para pelanggan. Guna mewujudkan hal tersebut, perusahaan akan berusaha untuk menghasilkan produk yang memiliki nilai yang lebih bagi pelanggan, baik dari segi kualitas produk maupun kualitas pelayanan yang dilakukan. Di lain pihak, para pelanggan yang ingin memperoleh kepuasan dalam mengkonsumsi produk/jasa yang dihasilkan perusahaan akan berusaha untuk mencari produk/jasa yang dihasilkan oleh perusahaan yang memberikan nilai paling besar pada mereka. Harapan akan nilai atau kinerja dari produk/jasa yang dimiliki pelanggan tidak pernah terlepas dari kebutuhan dan keinginan pelanggan dalam mengkonsumsi produk atau jasa yang dihasilkan perusahaan. Semakin tinggi tingkat kebutuhan konsumen akan produk/jasa tersebut,

semakin tinggi pula harapan yang dimiliki konsumen akan kinerja produk/jasa yang dihasilkan.

Tingkat kepuasan yang diperoleh pelanggan merupakan hasil perbandingan dari harapan akan kinerja/kualitas produk jasa dengan hasil kinerja kualitas produk yang diterima atau besarnya nilai produk bagi pelanggan. Bila kinerja jasa atau nilai produk yang diterima pelanggan melebihi atau sama dengan tingkat harapan pelanggan akan kinerja jasa, maka pelanggan akan merasa puas, begitu pula sebaliknya, bila kinerja jasa atau nilai produk bagi pelanggan yang diterima di bawah harapan pelanggan, yang adalah ketidakpuasan pelanggan akan jasa yang dikonsumsinya. Menurut Alma (2000:233) sebab-sebab timbulnya ketidakpuasan pelanggan adalah sebagai berikut:

- 1). Tidak sesuainya harapan dan kenyataan yang dialami,
- 2). Layanan selama proses menikmati jasa tidak memuaskan,
- 3). Perilaku personil kurang menyenangkan,
- 4). Suasana dan kondisi fisik lingkungan tidak menunjang,
- 5). Biaya terlalu tinggi, karena jarak terlalu jauh, banyak waktu terbuang dan harga terlalu tinggi.
- 6). Promosi atau iklan terlalu muluk, tidak sesuai dengan kenyataan.

Pelanggan sebagai konsumen berkedudukan sebagai raja dalam dunia usaha. Jadi, bila pelanggan tidak puas akan hasil kinerja produk jasa yang dikonsumsinya, maka banyak kerugian yang dialami oleh perusahaan penyaji jasa tersebut. Hal ini karena pada umumnya pelanggan yang tidak puas akan cenderung menceritakan pengalaman ketidakpuasannya kepada orang-orang di sekitarnya, bahkan banyak di antara mereka yang berhenti mengkonsumsi jasa tersebut pindah pada perusahaan jasa lainnya yang mampu memberikan kepuasan bagi mereka. Hal ini sesuai dengan pendapat Tjiptono (2000a:91) yang

menjelaskan bahwa ketidakpuasan dapat menimbulkan sikap negatif terhadap merek dan produsen/penyedia jasanya (bahkan dapat pula penyalurnya), berkurangnya kemungkinan pembelian ulang, peralihan merek (*brand switching*), dan berbagai perilaku komplain. Meskipun demikian, jika perusahaan dapat memuaskan pelanggan, banyak sekali manfaat yang diperoleh perusahaan yang nantinya dapat menunjang kelangsungan hidup perusahaan itu. Kotler (1993:257) menyatakan bahwa jika konsumen merasa puas, maka ia akan memperlihatkan kemungkinan yang tinggi untuk membeli produk itu lagi dan akan cenderung mengatakan hal-hal baik tentang merek yang bersangkutan kepada orang lain. Selain pendapat tersebut, Tjiptono (2002:24) juga menyatakan bahwa terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan yang harmonis antara perusahaan dan pelanggannya, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan.

a. Pembelian ulang

Menurut Swasta dan Handoko (2001:114) pembelian ulang merupakan pembelian yang pernah dilakukan oleh pembeli terhadap suatu produk yang sama dan akan membeli lagi untuk yang kedua atau ketiga kalinya. Pembelian ulang yang dilakukan pelanggan untuk beberapa jasa biasanya dilakukan pada tempat yang sama dimana pelanggan membeli untuk pertama kalinya. Hal ini karena jasa sangat sulit untuk dilakukan standarisasi secara mutlak, karena kinerja dari penyampaian jasa sangat dipengaruhi oleh keberhasilan proses interaksi antara penyaji jasa dengan pelanggan.

Indikator kepuasan pelanggan Kereta Api Mutiara Timur Kelas Eksekutif jurusan Surabaya-Banyuwangi dalam pembelian ulang ini

dilihat dari keinginan untuk selalu naik KA ini lagi dalam perjalanan pada jurusan yang sama di lain waktu.

b. Loyalitas Pelanggan

Menurut Sheth et al (dalam Tjiptono, 2000a:110) loyalitas pelanggan (*customer loyalty*) dapat didefinisikan sebagai komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko atau pemasok, berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten. Loyalitas pelanggan jasa dapat ditunjukkan dengan pembelian ulang yang konsisten. Loyalitas pelanggan sangat menguntungkan bagi perusahaan. Hal ini karena pelanggan yang loyal tidak hanya sekedar melakukan pembelian yang konsisten, tetapi kadang-kadang dapat menjadi advokat atau pembela perusahaan dari isu-isu negatif yang berkembang.

Loyalitas tersebut ditunjukkan pelanggan dengan komitmen untuk terus menjadi pelanggan serta membela KA eksekutif Mutiara Timur Jurusan Surabaya-Banyuwangi dari isu-isu negatif yang berkembang.

c. Rekomendasi dari Mulut ke Mulut (*Word of Mouth*)

Menurut Tjiptono (2002:29) *word of mouth* merupakan pernyataan (secara personal atau non personal) yang disampaikan oleh orang lain selain organisasi (*service provider*) kepada pelanggan. Rekomendasi pada orang lain yang diberikan oleh pelanggan yang puas akan dapat dengan cepat dijadikan referensi atau bahan pertimbangan bagi orang yang akan menggunakan jasa tersebut. Selain itu, rekomendasi dari mulut ke mulut untuk produk jasa biasanya sangat efektif untuk dapat mempengaruhi orang lain. Hal ini karena pada umumnya para pelanggan jasa sulit untuk mengevaluasi jasa yang belum pernah dirasakannya atau dibelinya sendiri.

Indikator kepuasan pelanggan KA eksekutif Mutiara Timur Jurusan Surabaya-Banyuwangi yang berupa rekomendasi dari mulut ke mulut ini dapat dilihat dari kesediaan pelanggan untuk menginformasikan kepada orang lain mengenai kualitas pelayanan yang telah dirasakannya.

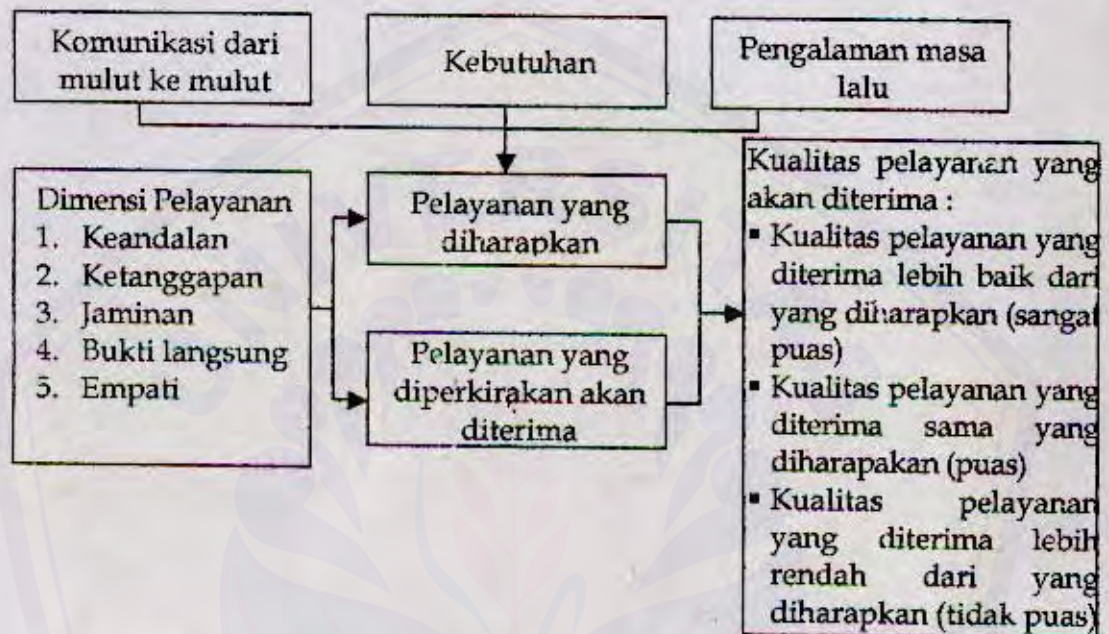
2.2.6 Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa terhadap Kepuasan Pelanggan

Banyak perusahaan menetapkan kepuasan pelanggan sebagai prioritas utama dalam aktivitasnya. Mewujudkan hal tersebut bukanlah hal yang mudah, untuk mencapai tingkat kepuasan konsumen yang tinggi diperlukan pemahaman yang diinginkan oleh konsumen dan perusahaan harus dapat mengembangkan komitmen dari semua pihak yang ada dalam perusahaan, untuk berupaya memenuhi kebutuhan konsumen. Manajemen perusahaan jasa harus dapat menciptakan budaya organisasi yang mengutamakan pelayanan yang berkualitas dengan melihat dan memahami keinginan serta kebutuhan konsumen. Pelayanan yang berkualitas akan dapat meningkatkan daya saing perusahaan. Hal ini karena dengan pelayanan yang berkualitas, konsumen akan merasa senang dan puas dalam mengkonsumsi jasa yang dihasilkan oleh perusahaan.

Tjiptono (2000b:54) menyatakan bahwa kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Selain itu, Kotler dan Amstrong (2001:13) menyatakan bahwa mutu mempunyai pengaruh terhadap kinerja produk dan terhadap kepuasan pelanggan. Pendapat yang sama juga dikemukakan oleh Rangkuti (2002:41) yang menyatakan bahwa salah satu faktor yang menentukan kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan yang terdiri atas lima dimensi pelayanan. Berdasarkan

hal tersebut dapat disimpulkan bahwa dimensi kualitas jasa sangat berkaitan dan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Untuk mempermudah pemahaman mengenai hubungan kualitas jasa terhadap kepuasan pelanggan, maka dapat digambarkan sebagai berikut :

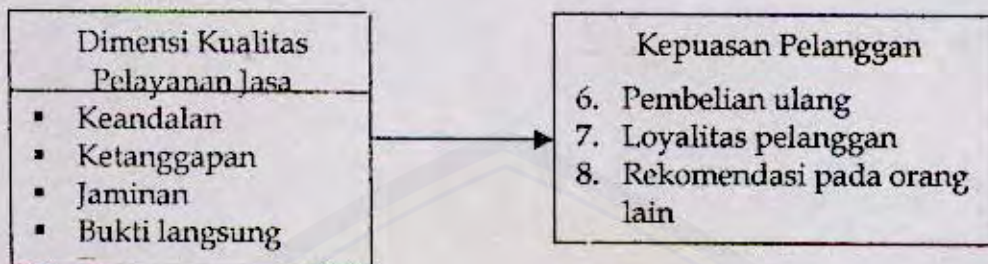


Gambar 2. Operasi Manajemen Pelayanan

Sumber : Parasuraman et.al (dalam Aviliani dan Wilfridus, 1997: 13)

Pada gambar di atas dapat dilihat bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Kepuasan yang diperoleh pelanggan merupakan perbandingan dari kualitas pelayanan yang diterima dengan pelayanan yang diharapkan dan yang diperkirakan akan diterima oleh pelanggan. Harapan yang dimiliki pelanggan sangat dipengaruhi oleh informasi yang diterima pelanggan akan kualitas jasa, kebutuhan dan pengalaman masa lalu pelanggan akan konsumsi jasa yang pernah dilakukan.

Berdasarkan konsep teori tersebut, dalam penelitian ini konsep teori hubungan dimensi kualitas jasa terhadap kepuasan pelanggan dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 3. Hubungan Kualitas Jasa dengan Kepuasan Pelanggan

Sumber : Parasuraman et.al (dalam Aviliani dan Wilfridus, 1997:13), diolah

2.3 Hipotesis Penelitian

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Diduga dimensi kualitas pelayanan jasa (keandalan, ketanggapan, jaminan, empati dan bukti langsung) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa kereta api Mutiara Timur kelas eksekutif jurusan Surabaya-Banyuwangi.
2. Diduga variabel keandalan mempunyai pengaruh paling dominan terhadap kepuasan pelanggan jasa kereta api Mutiara Timur kelas eksekutif jurusan Surabaya-Banyuwangi.



III. METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian noneksperimental, sehingga dalam penelitian ini peneliti hanya ingin mengetahui apakah dimensi kualitas pelayanan jasa berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan jasa kereta api Mutiara Timur kelas eksekutif jurusan Surabaya-Banyuwangi. Jenis penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah deskriptif kuantitatif.

Penentuan daerah penelitian ditentukan dengan metode *purposive* yaitu di Stasiun KA Jember, penentuan sampel menggunakan metode *accident sampling*. Pengumpulan data menggunakan metode observasi, angket, wawancara dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda.

3.2 Lokasi Penelitian

Metode penentuan lokasi penelitian menggunakan metode *purposive*, yaitu daerah penelitian ditentukan pada suatu tempat tertentu tanpa ada tempat penelitian yang lain dengan maksud mencari lokasi yang dianggap relevan dengan tujuan penelitian. Selain itu, adanya keterbatasan kemampuan yang dimiliki peneliti, baik yang berkaitan dengan dana, tenaga maupun waktu. Lokasi penelitian yang diambil dalam penelitian ini adalah KA Mutiara Timur.

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

3.3.1 Populasi Penelitian

Populasi adalah keseluruhan obyek atau item yang dibatasi kriteria tertentu (Hakim dalam Djaja, 2002: 16). Obyek atau item yang dijadikan populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan jasa kereta api mutiara timur kelas eksekutif jurusan Surabaya-Banyuwangi yang memenuhi syarat-syarat yang ditentukan oleh peneliti. Adapun syarat-syarat yang dijadikan acuan agar calon subyek penelitian dapat dijadikan populasi adalah para penumpang yang dalam jangka 1 tahun lebih dari satu kali naik KA Mutiara

Timur kelas eksekutif Jurusan Surabaya-Banyuwangi dan sedang berada di lokasi penelitian.

3.3.2 Sampel Penelitian

Sampel adalah sebagian anggota populasi yang diambil dengan menggunakan teknik tertentu yang disebut dengan teknik sampling (Usman dan Purnomo, 2004: 44). Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *accidental sampling*, artinya sampel yang diambil adalah pelanggan jasa yang sedang naik Kereta Api Mutiara Timur kelas eksekutif jurusan Surabaya-Banyuwangi. Pertimbangan besarnya sampel berpedoman pada pendapat Soepomo (1997:97) yang menyatakan bahwa dalam penelitian-penelitian sosial diperlukan jumlah sampel yang banyak. Penentuan besarnya sampel ditentukan dari jumlah rata-rata penumpang KA Eksekutif Mutiara Timur Jurusan Surabaya-Banyuwangi dalam satu bulan, dari rata-rata ini kemudian ditentukan besarnya sampel melalui rumus Slovin.

Tabel 1. Jumlah penumpang pada bulan Juli tahun 2004

No	Jumlah	No	Jumlah	No	Jumlah
1	50	11	42	21	42
2	42	12	48	22	43
3	48	13	49	23	44
4	41	14	39	24	41
5	46	15	43	25	42
6	46	16	46	26	50
7	43	17	39	27	45
8	42	18	48	28	44
9	37	19	45	29	43
10	50	20	43	30	48
				31	39
Jumlah Total					2739
Rata - rata					88,25806

Sumber : DAOP IX (Kru KA Mutiara Timur) Jember

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana :

n : ukuran sampel

N : ukuran populasi

e : persen kelonggaran untuk kesalahan pengambilan sampel

Perhitungan besarnya sampel penelitian adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned}n &= \frac{89}{1 + (89 \times 0,01)} \\ &= \frac{89}{1,89} \\ &= 47,0899, \text{ dibulatkan menjadi } 48 \text{ responden}\end{aligned}$$

3.4. Definisi Operasional Variabel

Variabel dalam penelitian ini ada dua yaitu dimensi kualitas pelayanan jasa sebagai variabel bebas yang terdiri atas keandalan, ketanggapan, jaminan, empati dan bukti langsung. Variabel terikatnya adalah kepuasan pelanggan jasa Kereta api mutiara timur kelas eksekutif jurusan Surabaya-Banyuwangi.

3.4.1 Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa

Dimensi kualitas pelayanan jasa merupakan segala kegiatan pelayanan yang diberikan oleh kru Kereta Api Mutiara Timur kelas eksekutif dalam melayani para penumpang. Dimensi kualitas pelayanan jasa yang digunakan dalam penelitian ini meliputi hal-hal berikut.

a. Keandalan

Keandalan adalah kemampuan dalam memberikan pelayanan secara cepat, tepat dan sesuai dengan waktu yang dijanjikan kepada pelanggan. Indikator dari keandalan meliputi dua hal berikut:

- a). Ketepatan jadwal berangkat, jadwal keberangkatan dikatakan tepat apabila sesuai dengan waktu yang telah ditentukan.
- b). Kedatangan di tempat tujuan, kedatangan di tempat tujuan dikatakan andal apabila Kereta Api Mutiara Timur kelas eksekutif jurusan Surabaya-Banyuwangi sampai di tempat tujuan sesuai dengan waktu yang dijadwalkan dengan selamat.

b. Ketanggapan

Ketanggapan adalah kemauan atau keinginan dari semua karyawan untuk memberikan pelayanan sebaik mungkin, dalam upaya membantu dan melayani para pelanggan secara baik dan memuaskan.

Indikator dari ketanggapan adalah sebagai berikut:

- a). Kesiediaan kru Kereta Api Mutiara Timur kelas eksekutif jurusan Surabaya-Banyuwangi memberikan informasi.

b). Kesiapan kru Kereta api Mutiara Timur kelas eksekutif jurusan Surabaya-Banyuwangi melayani penumpang.

c. Jaminan

Jaminan adalah keamanan yang dapat diberikan dan sifat dapat dipercaya dipakai dalam melayani para pelanggan yang naik kereta api Mutiara Timur. Indikator dari jaminan adalah sebagai berikut:

- a). Keamanan yang dapat diberikan
- b). Keselamatan penumpang
- c). Kesopanan kru kereta api
- d). Kenyamanan dalam perjalanan

d. Empati

Empati adalah rasa kepedulian yang dimiliki oleh kru Kereta api mutiara timur kelas eksekutif jurusan Surabaya-Banyuwangi terhadap kepentingan, kemauan dan kebutuhan pelanggan secara individual dan spesifik. Indikator dari empati adalah :

- a). Perhatian terhadap kebutuhan dan keluhan pelanggan.
- b). Mengenal pelanggan/ penumpang
- c). Kemudahan menjalin relasi dan komunikasi
- d). Keramahan pelayanan restorasi

e. Bukti langsung

Bukti langsung merupakan tampilan bukti fisik yang dapat dilihat di KA Mutiara Timur kelas eksekutif Jurusan Surabaya-Banyuwangi. Indikator dari bukti fisik ini meliputi:

- a). Kondisi toilet KA/ Gerbong.
- b). Interior ruangan KA/ Gerbong
- c). Kondisi tempat duduk
- d). Fasilitas tambahan AC/Fan

3.4.2 Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah perasaan puas atau tidak puas yang dimiliki para pelanggan jasa Kereta api mutiara timur kelas eksekutif jurusan Surabaya-Banyuwangi. Indikator dari kepuasan pelanggan adalah:

- a). Keinginan selalu naik lagi
- b). Loyalitas pelanggan
- c). Menginformasikan pada orang lain

3.5 Sumber dan Metode Pengumpulan Data

3.5.1 Data dan Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer dan sekunder.

- a). Data primer yaitu data yang langsung didapatkan melalui penyebaran angket kepada responden.
- b). Data sekunder diperoleh melalui pencatatan dokumen yang ada di Stasiun KA Jember, serta data-data lain yang dapat menunjang data primer.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a). Responden, yaitu pelanggan KA Mutiara Timur yang memenuhi syarat yang telah ditetapkan peneliti.
- b). Informan, yaitu kru KA Mutiara Timur kelas eksekutif jurusan Surabaya-Banyuwangi.

3.5.2 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data digunakan dengan tujuan untuk mendapatkan data-data yang relevan dengan tujuan penelitian. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut.

a. Metode Observasi

Metode observasi dilakukan dengan cara melakukan pengamatan secara langsung tentang kondisi KA Mutiara Timur kelas eksekutif jurusan Surabaya-Banyuwangi yang meliputi kondisis fisik serta aktivitas pelayanan yang dilakukan oleh pihak KA Mutiara Timur kelas eksekutif jurusan Surabaya-Banyuwangi kepada para pelanggan.

b. Metode Angket

Metode angket merupakan proses pengumpulan data utama yang diperlukan dengan cara menyusun serangkaian kalimat pertanyaan tertulis yang sistematis yang diajukan kepada responden untuk dijawab oleh responden. Jenis angket yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket tertutup.

Data yang ingin diperoleh oleh peneliti dalam metode ini adalah data tentang dimensi kualitas pelayanan jasa dan data kepuasan dari pelanggan jasa KA Mutiara Timur kelas eksekutif jurusan Surabaya-Banyuwangi. Data yang dihasilkan melalui metode angket ini akan dipergunakan sebagai data utama untuk melakukan analisis dalam penelitian.

c. Metode Wawancara

Metode wawancara digunakan untuk mendapatkan keterangan tambahan, baik hal-hal yang berkaitan dengan angket maupun data-data penunjang lainnya yang dilakukan dengan cara bertanya langsung kepada pihak-pihak yang terkait dengan tujuan penelitian ini seperti responden, pegawai stasiun KA Jember dan kru KA Mutiara Timur.

d. Metode Dokumentasi

Penggunaan metode ini digunakan untuk memperoleh data-data sekunder seperti profil KA Mutiara Timur kelas eksekutif jurusan Surabaya-Banyuwangi, kru yang ada, dan kegiatan yang dipunyainya.

3.6 Teknik Pengolahan dan Analisis Data**3.6.1 Teknik Pengolahan Data**

Teknik pengolahan data yang dilakukan oleh peneliti meliputi editing, koding, skoring dan tabulasi.

a. Editing

Editing adalah suatu proses kegiatan meneliti kembali catatan para pencari data untuk mengetahui apakah catatan itu baik dan dapat segera disiapkan untuk proses berikutnya (Djaja, 2002:29). Lebih lanjut Arikunto (1996:240) menyatakan bahwa langkah-langkah pengecekan melalui hal-hal berikut:

- a). mengecek data dan kelengkapan identitas responden,
- b). mengecek kelengkapan data,
- c). mengecek macam isian,
- d). mengecek kejelasan jawaban, dan
- e). mengecek relevansi jawaban.

Dalam proses editing ini, peneliti mencoba untuk meneliti data yang telah dikumpulkan dari responden, bila terdapat data yang kurang lengkap maka peneliti memberikan angket susulan.

b. Koding

Koding adalah proses pengolahan data dengan cara mengklasifikasikan data dalam kategori-kategori tertentu dalam bentuk kode untuk tiap-tiap pertanyaan dengan variabel yang ada dalam angket.

c. Skoring

Setelah dilakukan proses editing dan koding terhadap data yang diperoleh, langkah selanjutnya adalah kegiatan skoring. Skoring merupakan kegiatan untuk memberikan skor atau nilai tertentu terhadap data yang telah diberi kode. Dalam penelitian ini, kriteria yang dipergunakan dalam melakukan skoring adalah sebagai berikut:

- a). jawaban a diberi skor 4
- b). jawaban b diberi skor 3
- c). jawaban c diberi skor 2
- d). jawaban d diberi skor 1

d. Tabulasi

Tabulasi adalah proses perhitungan frekuensi jawaban yang telah dipilih oleh responden terhadap pilihan jawaban yang diberikan kepada responden yang ditulis dalam tabel (Djaja, 2002:29). Proses tabulasi dilakukan peneliti dengan cara memasukkan data yang telah diberi skor tertentu ke dalam tabel yang telah disiapkan sesuai dengan kriteria tertentu, sehingga diperoleh nilai variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) dari setiap responden. Dengan data-data tersebut dapat dilakukan suatu kegiatan analisis.

3.6.2 Analisis Data

Metode analisis data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis inferensial.

a. Analisis Deskriptif

Analisis ini digunakan untuk menggambarkan keadaan lapangan dengan harapan akan dapat mendukung hasil analisis penelitian. Analisis deskriptif ini menggunakan persentase, dimana jawaban yang sama untuk soal yang sama dari responden yang diperoleh melalui angket dikelompokkan dan dihitung persentasenya, yang kemudian dijabarkan lebih lanjut.

b. Analisis Inferensial

Analisis ini merupakan analisis statistik dengan menggunakan persamaan regresi linier berganda yang digunakan untuk menguji hipotesis yang diajukan oleh peneliti. Adapun langkah-langkah dalam analisis ini meliputi hal-hal berikut.

1. Persamaan Garis Regresi Linier Berganda

Persamaan garis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh dimensi kualitas jasa terhadap kepuasan

pelanggan. Bentuk persamaan garis regresi berganda dalam penelitian ini adalah:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e_i \quad (\text{Gujarati dalam Djaja, 2002:41})$$

Keterangan:

Y = varaibel terikat

β = konstanta

β_2 = koefesien regresi

X_{1-4} = variabel bebas

e_i = kesalahan atau variabel pengganggu

2. Analisis Varian Garis Regresi

Analisis ini digunakan untuk menguji keefektifan garis regresi. Rumus analisis varian garis regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$R_{Y_{1,2,3,4}} = \sqrt{\frac{a_1 \sum X_1 Y + a_2 \sum X_2 Y + a_3 \sum X_3 Y + a_4 \sum X_4 Y}{\sum Y^2}} \quad (\text{Hadi, 1994:25})$$

3. Uji F

Uji F ini digunakan untuk menguji hipotesis pertama, yaitu untuk mengetahui pengaruh yang signifikan dari variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) secara simultan. Uji F ini menggunakan rumus sebagai berikut :

$$F_{\text{hitung}} = \frac{R^2 \cdot k}{(1 - R^2) (n - k - 1)} \quad (\text{Atmaja, 1997:348})$$

keterangan :

R^2 = koefisien determinasi

K = banyaknya variabel bebas

N = banyaknya responden

Kesimpulan :

- 1). Jika $F_{\text{hitung}} \geq F_{\text{tabel}}$, maka H_a diterima, berarti ada pengaruh dari dimensi Kualitas pelayanan jasa yang terdiri dari keandalan,

ketanggapan, jaminan, empati, bukti langsung terhadap kepuasan pelanggan jasa Kereta api mutiara timur kelas eksekutif jurusan Surabaya-Banyuwangi.

- 2). Jika $F_{hit} \leq F_{tab}$ maka H_a ditolak, berarti tidak ada pengaruh dari dimensi kualitas pelayanan jasa yang terdiri dari keandalan, ketanggapan, jaminan, empati, bukti langsung terhadap kepuasan pelanggan jasa Kereta api mutiara timur kelas eksekutif jurusan Surabaya-Banyuwangi

4. Uji t

Uji t untuk menguji hipotesis kedua, yaitu untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y) secara parsial. Uji t ini menggunakan rumus sebagai berikut :

$$t_{hit} = \frac{b_i}{S.b_i} \quad (\text{Atmaja, 1997:346})$$

Keterangan :

b_i = koefisien regresi partial

$S.b_i$ = Standar error dari koefisien regresi

Kesimpulan :

1. Jika $t_{hit} \geq t_{tab}$ maka H_a diterima.
2. Jika $t_{hit} \leq t_{tab}$ maka H_a ditolak.

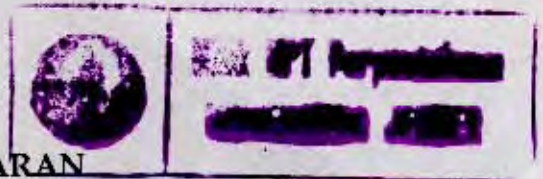
Sedangkan untuk menentukan variabel bebas (*independent variable*) yang paling menentukan dalam mempengaruhi variabel terikat (*dependent variable*) dalam suatu model regresi linier, maka digunakan proporsi sumbangan masing-masing variabel bebas. Proporsi yang mempunyai nilai paling besar berarti mempunyai pengaruh dominan. Guna membantu mencari nilai tersebut peneliti menggunakan program SPSS 10.0 for Windows

$$\text{Proporsi} = R_{ny} \times \beta_n \times 100\%$$

Keterangan :

R_{ny} = Koefisien Korelasi antara variabel X dan Y

β_n = Koefisien Variabel pada standarrized Coefficients



V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada bab terdahulu, maka kesimpulan yang dapat dikemukakan dalam penelitian kali ini sebagai berikut :

1. Secara diskriptif, variabel keandalan mayoritas responden menyatakan jarang ada keterlambatan jadwal keberangkatan dan tiba ditempat tujuan. Meskipun terlambat tidak pernah lebih dari 30 menit, untuk variabel ketanggapan 54,2 % responden menyatakan kru kereta api siap melayani keluhan dan kebutuhan pelanggan, variabel jaminan mayoritas responden menyatakan yakin dengan keamanan, keselamatan, kesopanan kru, dan kenyamanan dalam perjalanan menggunakan kereta api mutiara timur, untuk variabel empati Responden merasa kru cukup perhatian terhadap keluhan penumpang, mereka merasa mudah menjalin relasi dengan kru, mereka menyatakan cukup berempati dengan kru kereta api mutiara timur, terakhir variabel bukti fisik sebagian responden menyatakan bahwa bukti fisik yang ada seperti interior gerbong, kondisi tempat duduk, fasilitas tambahan, kondisi toilet atau gerbong cukup bagus namun kalau bisa lebih baik ditingkatkan seperti kebersihan toilet dan gerbong.
2. Berdasarkan hasil analisis data, maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas pelayanan (Keandalan, Ketanggapan, Jaminan, Empati, dan bukti fisik) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan KA Eksekutif Mutiara Timur Jurusan Surabaya-Banyuwangi yang dibuktikan dengan hasil perhitungan $F_{hitung} = 33,703 > F_{tabel} = 2,80$ atau $\alpha = 0,05 > \text{signifikan } 0,000$.

3. Diantara kelima variabel bebas yang diteliti terbukti variabel bebas Keandalan (X_1) mempunyai pengaruh paling dominan terhadap kepuasan pelanggan KA Eksekutif Mutiara Timur Jurusan Surabaya-Banyuwangi. Hal ini didasarkan dari proporsi sumbangan masing-masing variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dengan hasil 20,0944 % untuk variabel Keandalan, 13,1838 % untuk variabel Ketanggapan, 14,4115 % untuk variabel Jaminan, 15,8004% untuk variabel Empati dan 15,1368 % untuk variabel Bukti fisik.

5.2 Saran

Saran-saran yang perlu peneliti kemukakan setelah melakukan penelitian kali ini adalah :

1. Variabel bukti fisik mempunyai pengaruh yang kecil terhadap kepuasan pelanggan KA Eksekutif Mutiara Timur Jurusan Surabaya-Banyuwangi Hal ini disebabkan fasilitas tersebut digunakan untuk umum menyebabkan tingkat kebersihan seringkali dilalaikan sehingga disarankan kepada PT. KAI untuk melakukan perbaikan-perbaikan pada pelayanan yang berbentuk fisik, seperti kebersihan gerbong, kebersihan toilet, interior gerbong dan lain-lain.
2. Variabel Keandalan mempunyai pengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu disarankan kepada PT. KAI hendaknya semakin meningkatkan pelayanan dibidang ketepatan waktu baik waktu kedatangan maupun waktu keberangkatan kereta api.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2000. **Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa**. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, Suharsimi. 1996. **Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek**. Jakarta: Rineka Cipta.
- Atmaja, Lukas. 1997. **Memahami Statistika Bisnis (Buku 2)**. Yogyakarta: Andi.
- Aviliani dan Wilfridus. Elu. 1997. "Membangun Kepuasan Pelanggan Melalui **Kualitas Pelayanan**" Dalam **Usahawan**. (Mei, XXVI). No.05. Jakarta. Halaman 8-13.
- Badan Penerbit Universitas Jember. 1998. **Pedoman Penulisan Karya Ilmiah**. Jember: Badan Penerbit Universitas Jember.
- Banirestu, Herning. 2003. "Melaju dengan Pola **Fleksibel**" Dalam **Swasembada**.(Juli, XIX). No.15. Jakarta: Halaman 44-46.
- Djaja, Sutrisno. 2002. **Metodologi Penelitian Sosial**. Jember: FKIP UNEJ.
- Hadi, Samsu Eko. 2003. **Analisis Dimensi Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Perbaikan Sepeda Motor Honda (Studi Kasus pada Bengkel AHASS Gono Motor I Jember)**. Skripsi : Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.
- Hadi, Sutrisno. 1994. **Analisis Regresi**. Yogyakarta: Andi.
- Irawan, Handi. 2003. **10 Prinsip Kepuasan Pelanggan**. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Kotler, Philip dan G. Armstrong. 1997. **Dasar-Dasar Pemasaran Jilid I**. Jakarta : Prehallindo.
- _____. 2001. **Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi 8 Jilid I**. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip. 1993. **Manajemen Pemasaran (Analisis, perencanaan, implementasi dan kontrol) Jilid I**. Jakarta : Lembaga Penerbitan Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- _____. 1997. **Manajemen Pemasaran (Analisis, perencanaan, implementasi dan kontrol) Jilid I**. Jakarta: Prehallindo
- _____. 2002. **Manajemen Pemasaran (edisi milenium I)**. Jakarta: Prehallindo.

- Muhadi Imam. 2003. **Pengaruh Dimensi Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Mitra Pinastika Mustika Malang (Studi pada Bengkel Sepeda Motor Honda)**. Skripsi : Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang.
- Mursid, M. 1997. **Manajemen Pemasaran**. Jakarta : Bumi Aksara.
- Rangkuti, Freedy. 2002. **Measuring Customer Satisfaction (Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Plus Analisis Kasus PLN-JP)**. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Soepeno, Bambang. 1997. **Statistika Terapan dalam Penelitian Ilmu-ilmu Sosial & Pendidikan**. Jakarta: Rineka Cipta.
- Swasta, Basu. 1996. **Azas-azas Marketing (edisi 3)**. Yogyakarta : Liberty.
- Swasta, Basu dan Hani Handoko. 2000. **Manajemen Pemasaran (Analisis Perilaku Konsumen)**. Yogyakarta : BPFE.
- Tjiptono, Fandy dan A. Diana. 1995. **Total Quality Management**. Yogyakarta : Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2000a. **Perspektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer**. Yogyakarta : Andi Offset.
- _____. 2000b. **Manajemen Jasa**. Yogyakarta : Andi Offset.
- _____. 2002. **Strategi Pemasaran**. Yogyakarta : Andi Offset
- Usman, H dan Purnomo SA. 2004. **Metodologi Penelitian Sosial**. Jakarta: Bumi Aksara.
- Widodo, Joko. 1997. **Analisis Regresi (Aplikasi dalam Penelitian)**. Jember: FKIP Universitas Jember.
- Yazid. 2001. **Pemasaran Jasa (Konsep dan Implementasi)**. Yogyakarta: Ekonisia.

MATRIK PENELITIAN

Judul Penelitian	Permasalahan	Variabel	Indikator	Sumber data	Metode Penelitian	Hipotesis Penelitian
Pengaruh dimensi kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan pelanggan jasa KA Mutiara Timur kelas eksekutif Jurusan Surabaya-Banyuwangi	<p>1. Adakah pengaruh yang signifikan dari variabel dimensi kualitas pelayanan jasa yang terdiri atas keandalan, ketanggapan, jaminan, empati dan bukti langsung terhadap kepuasan pelanggan jasa kereta api Mutiara Timur kelas eksekutif jurusan Surabaya-Banyuwangi?</p> <p>2. Variabel manakah dari dimensi kualitas pelayanan (keandalan, ketanggapan, jaminan, empati dan bukti langsung) yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap kepuasan pelanggan jasa kereta api Mutiara Timur kelas eksekutif jurusan Surabaya-Banyuwangi?</p>	<p>A. Variabel Bebas Dimensi Kualitas (X)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Keandalan (X₁) 2. Ketanggapan (X₂) 3. Jaminan (X₃) 4. Empati (X₄) 5. Bukti Langsung (X₅) <p>D. Variabel Terikat Kepuasan Pelanggan (Y)</p>	<p>Keandalan (X₁)</p> <ul style="list-style-type: none"> - ketepatan jadwal berangkat - kelengkapan di tempat tujuan - Ketanggapan (X₂) - Kesiapan kru KA - Kesiapan informasi - Kesiapan melayani penumpang <p>Jaminan (X₃)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Keamanan - Keselamatan penumpang - Kesopanan kru KA - Ketramahlan dalam perjalanan <p>Empati (X₄)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Perhatian terhadap keluhan penumpang - Mengenal penumpang - Kemudahan menjalin relasi & komunikasi - Ketamahan pelayanan restorasi <p>Bukti Langsung (X₅)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kondisi toilet KA - Gerbang - Interior ruangan KA - Gerbang - Kondisi tempat duduk - Fasilitas tambahan TV - Kepuasan Pelanggan (Y) - Keinginan selalu naik lagi - Loyalitas pelanggan - Menginformasikan pada orang lain 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Responden pelanggan jasa KA eksekutif Mutiara Timur jurusan Surabaya-Banyuwangi 2. Informan Karyawan PT KAI Stasiun Jember 3. Dokumentasi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Metode penelitian daerah penelitian adalah metode purposive, yaitu stasiun KA Jember 2. Metode penelitian responden menggunakan acidental sampling 3. Metode pengumpulan data : metode observasi 4. Metode analisis data 5. Regresi linier berganda, untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel X terhadap Y <p>$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + e_i$</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Diduga dimensi kualitas pelayanan jasa (keandalan, ketanggapan, jaminan, empati dan bukti langsung) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa kereta api Mutiara Timur kelas eksekutif jurusan Surabaya-Banyuwangi. 2. Diduga variabel keandalan mempunyai pengaruh paling dominan terhadap kepuasan pelanggan jasa kereta api Mutiara Timur kelas eksekutif jurusan Surabaya-Banyuwangi.

ANGKET PENELITIAN

Kepada
Yth.
Bapak/Ibu/Saudara.....

di tempat

Dengan Hormat,

Dalam upaya untuk menyelesaikan studi strata satu pada FKIP UNEJ, peneliti bermaksud untuk menyusun karya tulis ilmiah (skripsi) sebagai salah satu pemenuhan syarat kelulusan jenjang starta satu. Sehubungan dengan hal tersebut,peneliti bermaksud untuk menganalisis variabel dimensi kualitas jasa terhadap kepuasan pelanggan jasa Kereta Api Eksekutif Mutiara Timur Jurusan Surabaya-Banyuwangi. Adapun judul skripsi yang akan peneliti susun adalah **“Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa KA Eksekutif Mutiara Timur Jurusan Surabaya-Banyuwangi”**.

Berkaitan dengan kegiatan tersebut peneliti memohon kepada Bapak/ Ibu/ Saudara berkenan meluangkan waktu untuk memberikan informasi dengan menjawab pertanyaan dalam angket ini, yang akan saya pergunakan sebagai data-data dalam penelitian ini.

Pengisian daftar pertanyaan ini bersifat bebas dan segala keterangan yang Bapak/ Ibu/ Saudara berikan akan kami jamin kerahasiannya. Untuk itu saya mohon Bapak/ Ibu/ Saudara berkenan untuk mengisi sesuai dengan pendapat, keyakinan dan keadaan yang sebenarnya secara jujur agar peneliti dapat memperoleh data yang akurat.

Akhirnya atas kesediaan dan perhatian Bapak/ Ibu/ Saudara serta kerjasama yang baik,peneliti mengucapkan teriam kasih yang sebesar-besarnya.

Hormat saya,

Efia Saudah
NIM. 990210301183

DAFTAR PERTANYAAN

I. Petunjuk Pengisian

Untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan di bawah ini, saya mohon Bapak/Ibu/Saudara untuk memberikan jawaban yang sejujurnya dengan cara sebagai berikut :

1. Untuk pertanyaan yang berupa isian, jawaban ditulis ditempat yang telah disediakan.
2. Untuk pertanyaan yang berupa pilihan ganda, jawaban cukup dengan memberi tanda silang (X) pada alternatif jawaban (huruf a, b, c atau d) yang sesuai dengan pendapat Bapak/ Ibu/ Saudara.

II. Data Umum Responden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : L/ P*
3. Umur :
4. Pekerjaan :
5. Alamat :

(* coret yang bukan pilihan anda)

III. Daftar Pertanyaan yang Diajukan

3.1 Berkaitan dengan Variabel Bebas (Dimensi Kualitas Jasa)

3.1.1 Variabel Bebas Keandalan

No.	Pertanyaan dan Pilihan Jawaban	Jawaban Terpilih/ Skore
1	<p>Menurut Bapak/Ibu/Saudara, apakah jam keberangkatan KA eksekutif Mutiara Timur Jurusan Surabaya-Banyuwangi sesuai dengan jadwal yang ada?</p> <p>a. sesuai dengan jadwal keberangkatan</p> <p>b. sedikit lambat (< 30 menit)</p> <p>c. lambat (± 30 menit)</p> <p>d. sangat lambat (> 30 menit)</p>	<div style="border: 1px solid black; width: 100%; height: 20px; margin-bottom: 5px;"></div> <div style="border: 1px solid black; width: 100%; height: 20px; margin-bottom: 5px;"></div> <p>Diisi Peneliti</p>
2	<p>Menurut Bapak/Ibu/Saudara, apakah jam kedatangan KA eksekutif Mutiara Timur Jurusan Surabaya-Banyuwangi sesuai dengan jadwal yang ada?</p> <p>a. sesuai dengan jadwal kedatangan</p> <p>b. sedikit lambat dari jadwal kedatangan (< 30 menit)</p> <p>c. terlambat dari jam kedatangan (± 30 menit)</p> <p>d. sangat lambat (> 30 menit)</p>	<div style="border: 1px solid black; width: 100%; height: 20px; margin-bottom: 5px;"></div> <div style="border: 1px solid black; width: 100%; height: 20px; margin-bottom: 5px;"></div> <p>Diisi Peneliti</p>

3.1.2 Variabel Bebas Ketanggapan

No.	Pertanyaan dan Pilihan Jawaban	Jawaban Terpilih/ Skore
1	<p>Menurut Bapak/Ibu/Saudara, bagaimana kesediaan kru KA eksekutif Mutiara Timur Jurusan Surabaya-Banyuwangi dalam memberikan informasi terhadap penumpang?</p> <p>a. selalu siap b. siap c. kurang siap d. tidak siap</p>	<div style="border: 1px solid black; height: 20px; width: 100%;"></div> <div style="border: 1px solid black; height: 20px; width: 100%;"></div> <p>Diisi Peneliti</p>
2	<p>Menurut Bapak/Ibu/Saudara, bagaimana kesiapan kru KA eksekutif Mutiara Timur Jurusan Surabaya-Banyuwangi dalam melayani kebutuhan penumpang?</p> <p>a. sangat siap b. siap c. kurang siap d. tidak siap</p>	<div style="border: 1px solid black; height: 20px; width: 100%;"></div> <div style="border: 1px solid black; height: 20px; width: 100%;"></div> <p>Diisi Peneliti</p>

3.1.3 Variabel Bebas Jaminan

No.	Pertanyaan dan Pilihan Jawaban	Jawaban Terpilih/ Skore
1	<p>Menurut Bapak/Ibu/Saudara, bagaimana keamanan pada saat naik KA eksekutif Mutiara Timur Jurusan Surabaya-Banyuwangi ?</p> <p>a. sangat aman b. aman c. kurang aman d. tidak aman</p>	<div style="border: 1px solid black; height: 20px; width: 100%;"></div> <div style="border: 1px solid black; height: 20px; width: 100%;"></div> <p>Diisi Peneliti</p>
2	<p>Bagaimana keyakinan Bapak/Ibu/Saudara, terhadap jaminan keselamatan dalam perjalanan dengan KA eksekutif Mutiara Timur Jurusan Surabaya-Banyuwangi ?</p> <p>a. sangat yakin b. yakin c. kurang yakin d. tidak yakin</p>	<div style="border: 1px solid black; height: 20px; width: 100%;"></div> <div style="border: 1px solid black; height: 20px; width: 100%;"></div> <p>Diisi Peneliti</p>
3	<p>Menurut Bapak/Ibu/Saudara, bagaimana sikap kru KA eksekutif Mutiara Timur Jurusan Surabaya-Banyuwangi dalam melayani penumpang?</p> <p>a. sangat sopan b. sopan c. kurang sopan d. tidak sopan</p>	<div style="border: 1px solid black; height: 20px; width: 100%;"></div> <div style="border: 1px solid black; height: 20px; width: 100%;"></div> <p>Diisi Peneliti</p>
4	<p>Menurut Bapak/Ibu/Saudara, bagaimana kenyamanan dalam perjalanan dengan KA eksekutif Mutiara Timur Jurusan Surabaya-Banyuwangi?</p> <p>a. sangat nyaman b. nyaman c. kurang nyaman d. tidak nyaman</p>	<div style="border: 1px solid black; height: 20px; width: 100%;"></div> <div style="border: 1px solid black; height: 20px; width: 100%;"></div> <p>Diisi Peneliti</p>

3.1.4 Variabel Bebas Empati

No.	Pertanyaan dan Pilihan Jawaban	Jawaban Terpilih/ Skore
1	<p>Menurut Bapak/Ibu/Saudara, bagaimana perhatian kru KA eksekutif Mutiara Timur Jurusan Surabaya-Banyuwangi terhadap keluhan penumpang?</p> <p>a. sangat perhatian</p> <p>b. perhatian</p> <p>c. kurang perhatian</p> <p>d. tidak perhatian</p>	<div style="border: 1px solid black; height: 20px; width: 100%;"></div> <div style="border: 1px solid black; height: 20px; width: 100%;"></div> <p>Diisi Peneliti</p>
2	<p>Menurut Bapak/Ibu/Saudara, apakah kru KA eksekutif Mutiara Timur Jurusan Surabaya-Banyuwangi mengingat penumpang yang menjadi pelanggan?</p> <p>a. sangat ingat</p> <p>b. ingat</p> <p>c. kurang ingat</p> <p>d. tidak ingat</p>	<div style="border: 1px solid black; height: 20px; width: 100%;"></div> <div style="border: 1px solid black; height: 20px; width: 100%;"></div> <p>Diisi Peneliti</p>
3	<p>Menurut Bapak/Ibu/Saudara, bagaimana kru dalam menjalin komunikasi dengan pelanggan KA eksekutif Mutiara Timur Jurusan Surabaya-Banyuwangi ?</p> <p>a. sangat menyenangkan</p> <p>b. menyenangkan</p> <p>c. kurang menyenangkan</p> <p>d. tidak menyenangkan</p>	<div style="border: 1px solid black; height: 20px; width: 100%;"></div> <div style="border: 1px solid black; height: 20px; width: 100%;"></div> <p>Diisi Peneliti</p>
4	<p>Menurut Bapak/Ibu/Saudara, bagaimana keramahan pelayanan kru restorasi KA eksekutif Mutiara Timur Jurusan Surabaya-Banyuwangi?</p> <p>a. sangat ramah</p> <p>b. ramah</p> <p>c. kurang ramah</p> <p>d. tidak ramah</p>	<div style="border: 1px solid black; height: 20px; width: 100%;"></div> <div style="border: 1px solid black; height: 20px; width: 100%;"></div> <p>Diisi Peneliti</p>

3.1.5 Variabel Bebas Bukti Langsung

No.	Pertanyaan dan Pilihan Jawaban	Jawaban Terpilih/ Skore
1	<p>Menurut Bapak/Ibu/Saudara, bagaimana interior ruangan KA eksekutif Mutiara Timur Jurusan Surabaya-Banyuwangi ?</p> <p>a. sangat bagus</p> <p>b. bagus</p> <p>c. kurang bagus</p> <p>d. tidak bagus</p>	<div style="border: 1px solid black; height: 20px; width: 100%;"></div> <div style="border: 1px solid black; height: 20px; width: 100%;"></div> <p style="text-align: center;">Diisi Peneliti</p>
2	<p>Menurut Bapak/Ibu/Saudara, bagaimana kondisi tempat duduk KA eksekutif Mutiara Timur Jurusan Surabaya-Banyuwangi ?</p> <p>a. sangat bagus</p> <p>b. bagus</p> <p>c. kurang bagus</p> <p>d. tidak bagus</p>	<div style="border: 1px solid black; height: 20px; width: 100%;"></div> <div style="border: 1px solid black; height: 20px; width: 100%;"></div> <p style="text-align: center;">Diisi Peneliti</p>
3	<p>Menurut Bapak/Ibu/Saudara, bagaimana pemanfaatan fasilitas tambahan (TV) KA eksekutif Mutiara Timur Jurusan Surabaya-Banyuwangi ?</p> <p>a. sangat dimanfaatkan</p> <p>b. dimanfaatkan</p> <p>c. kurang dimanfaatkan</p> <p>d. tidak dimanfaatkan</p>	<div style="border: 1px solid black; height: 20px; width: 100%;"></div> <div style="border: 1px solid black; height: 20px; width: 100%;"></div> <p style="text-align: center;">Diisi Peneliti</p>
4	<p>Menurut Bapak/Ibu/Saudara, bagaimana kondisi toilet ruang KA/ gerbong eksekutif Mutiara Timur Jurusan Surabaya-Banyuwangi ?</p> <p>a. sangat bersih</p> <p>b. bersih</p> <p>c. kurang bersih</p> <p>d. kotor</p>	<div style="border: 1px solid black; height: 20px; width: 100%;"></div> <div style="border: 1px solid black; height: 20px; width: 100%;"></div> <p style="text-align: center;">Diisi Peneliti</p>

3.2 Berkaitan dengan Variabel Terikat (Kepuasan Pelanggan)

No.	Pertanyaan dan Pilihan Jawaban	Jawaban Terpilih/ Skore
1	<p>Apakah Bapak/Ibu/Saudara yakin akan naik lagi KA eksekutif Mutiara Timur Jurusan Surabaya-Banyuwangi pada kesempatan mendatang?</p> <p>a. sangat yakin b. yakin c. kurang yakin d. tidak yakin</p>	<div style="border: 1px solid black; height: 20px; width: 100%;"></div> <div style="border: 1px solid black; height: 20px; width: 100%;"></div> <p>Diisi Peneliti</p>
2	<p>Apakah Bapak/Ibu/Saudara akan terus menjadi pelanggan KA eksekutif Mutiara Timur Jurusan Surabaya-Banyuwangi ?</p> <p>a. menjadi pelanggan selamanya b. menjadi pelanggan dalam tahunan c. menjadi pelanggan dalam bulanan d. menjadi pelanggan dalam mingguan</p>	<div style="border: 1px solid black; height: 20px; width: 100%;"></div> <div style="border: 1px solid black; height: 20px; width: 100%;"></div> <p>Diisi Peneliti</p>
3	<p>Apakah Bapak/Ibu/Saudara akan selalu menginformasikan kepada orang lain mengenai kualitas pelayanan KA eksekutif Mutiara Timur Jurusan Surabaya-Banyuwangi ?</p> <p>a. selalu menginformasikannya b. jarang menginformasikannya c. jarang sekali menginformasikannya d. tidak menginformasikannya</p>	<div style="border: 1px solid black; height: 20px; width: 100%;"></div> <div style="border: 1px solid black; height: 20px; width: 100%;"></div> <p>Diisi Peneliti</p>

Lampiran 3

LEMBAR HASIL WAWANCARA

Nama : Rosidah
Usia : 30 tahun
Pekerjaan : Ibu rumah tangga

- Peneliti : Maaf mbak Tujuannya Mau kemana ya...?
Rosidah : Oh saya mau ke Banyuwangi..
Peneliti : Sering ya.. mbak naik KA Mutiara Timur...?
Rosidah : Saya baru tiga kali naik KA Mutiara Timur.
Peneliti : Ngomong-ngomong selama mbak naik KA Mutiara Timur Ini pernah mengalami Keterlambatan jadwal berangkat dan jadwal tiba di tempat tujuan tidak?
Rosidah : Selama saya naik KA ini, jarang mengalami keterlambatan.. pernah juga sih terlambat keberangkatannya tapi tidak pernah lebih dari 30 menit.
Peneliti : Kalau pelayanan Kru KA Mutiara Timur terhadap penumpang Bagaimana?
Rosidah : Kru KA Mutiara Timur cukup ramah terhadap penumpang, Mereka juga siap melayani kebutuhan penumpang.
Peneliti : Apakah Kru KA mengingat mbak, sebagai pelanggan?
Rosidah : Kalau masalah mengingat penumpang.., Kru KA tidak seberapa ingat maklumlah..., kan penumpang KA Mutiara Timur Ini Banyak dan setiap hari tidak sama.
Peneliti : Apa mbak merasa aman, nyaman, dan merasa yakin dengan keselamatan mbak.., selama naik KA Mutiara Timur ini?
Rosidah : Iya.., saya merasa aman dan nyaman selama naik Ka Mutiara Timur ini karena saya tidak perlu berdesak-desakan dengan penumpang lainnya.., sedangkan untuk keselamatan karena KA memiliki jalur tersendiri maka jarang sekali terjadi kecelakaan.
Peneliti : Tapi kan ada juga yang kecelakaan mbak?
Rosidah : Ya seandainya terjadi kecelakaan, mungkin itu sudah takdir yang kuasa.
Peneliti : Mbak suka tidak dengan interior gerbongnya?
Rosidah : Interior gerbongnya cukup bagus, tapi seandainya lebih diperbagus penumpang akan lebih senang.
Peneliti : Kalau kebersihan gerbong dan toiletnya, bagaimana mbak..?
Rosidah : Namanya tempat umum ya dik, sebersih-bersihnya ya tetap aja kurang nyaman.., tapi seperti ini ya sudah cukup.., cuma kalau bisa ya lebih bersih sehingga penumpang lebih merasa nyaman
Peneliti : Mbak masih ingin naik KA Mutiara Timur lagi apa tidak?
Rosidah : ya masih ingin naik lagi..
Peneliti : Kenapa mbak merasa ingin naik lagi, pelayanan apa sih dari KA Mutiara Timur yang membuat Mbak merasa ingin naik lagi.

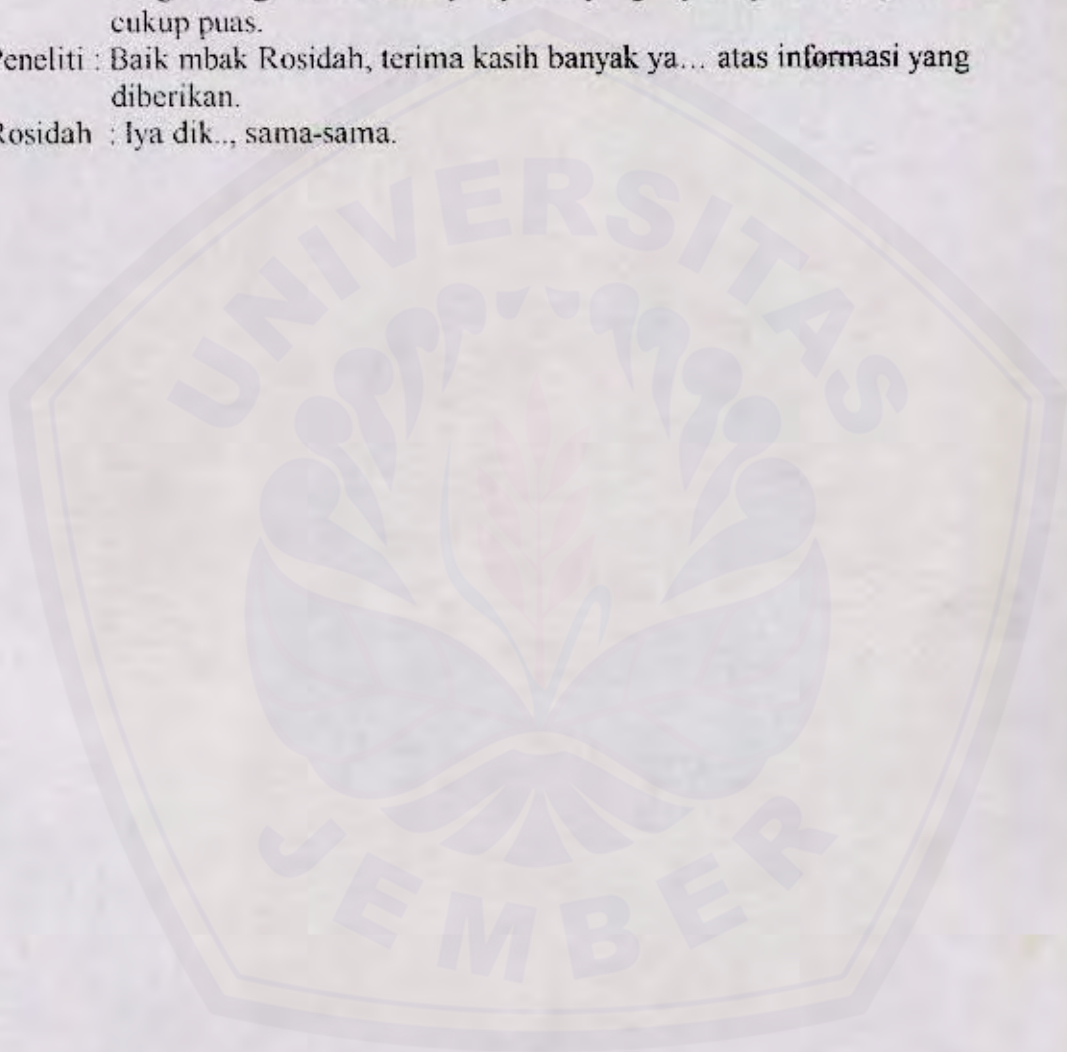
Rosida : Saya ingin naik KA Mutiara Timur lagi, karena saya merasa puas dengan ketepatan jadwal berangkat dan tiba ditempat tujuan, selain itu saya juga merasa nyaman dan aman selama naik KA Mutiara Timur.

Peneliti : Selain kualitas pelayanan, apa masih ada yang mempengaruhi kepuasan mbak naik KA Mutiara Timur ini?

Rosidah : Selain Kualitas pelayanan, harga juga mempengaruhi kepuasan saya, dengan harga 45 ribu dan pelayanan yang saya dapatkan ,saya merasa cukup puas.

Peneliti : Baik mbak Rosidah, terima kasih banyak ya... atas informasi yang diberikan.

Rosidah : Iya dik..., sama-sama.

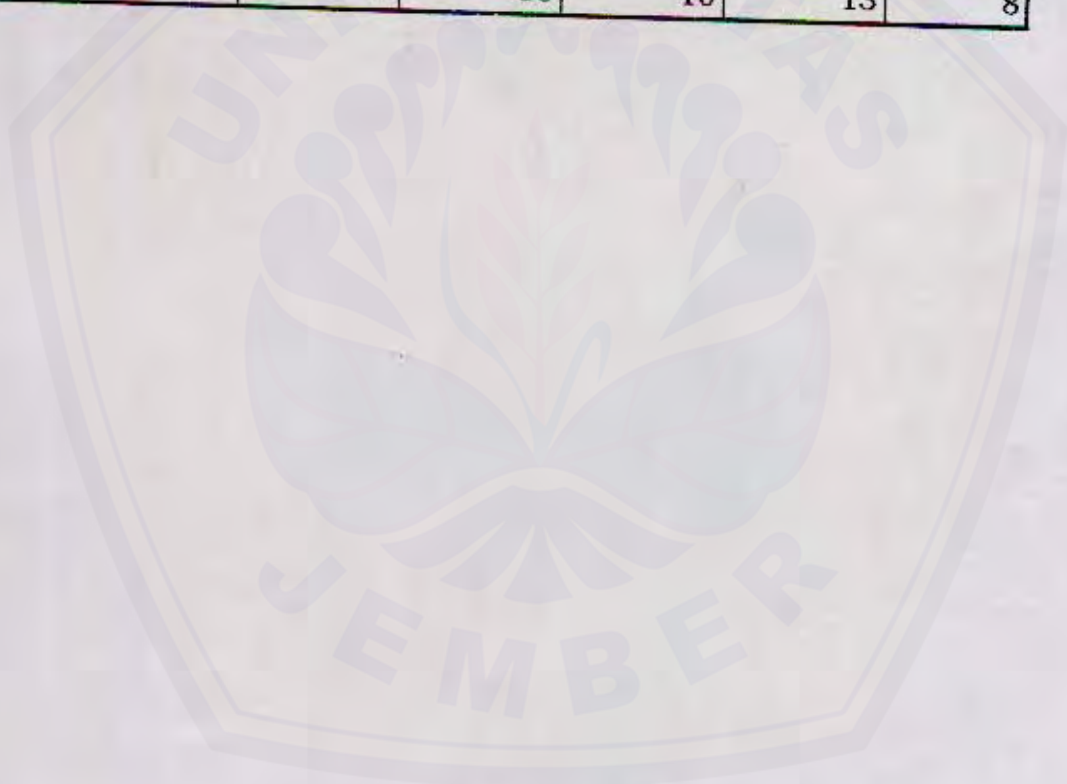


REKAPITULASI HASIL PENELITIAN

X1			X2			X3					X4					X5					Y			
1	2	Σ	1	2	Σ	1	2	3	4	Σ	1	2	3	4	Σ	1	2	3	4	Σ	1	2	3	Σ
4	4	8	4	4	8	4	3	4	4	15	3	3	3	3	12	4	4	3	4	15	4	4	4	12
3	3	6	3	4	7	4	2	3	4	13	3	3	3	4	13	3	4	4	3	14	4	3	3	10
3	3	6	3	3	6	3	2	3	3	11	3	2	3	3	11	2	3	3	2	10	3	3	3	9
3	3	6	3	2	5	3	2	3	3	11	3	3	3	3	12	3	3	2	3	11	4	3	3	10
4	4	8	3	3	6	3	3	3	3	12	2	3	3	2	10	3	3	2	2	10	4	3	4	11
4	4	8	4	3	7	4	3	3	3	13	4	2	3	4	13	3	4	3	3	13	4	3	3	10
4	3	7	4	2	6	3	2	3	3	11	2	2	3	3	10	3	3	2	3	11	4	3	3	10
3	3	6	4	3	7	2	3	2	3	10	2	2	2	3	9	2	2	2	2	8	3	3	2	8
4	3	7	3	3	6	3	2	3	2	10	3	3	3	3	12	3	3	3	2	11	4	3	3	10
4	4	8	4	4	8	3	3	4	4	14	3	3	3	4	13	3	4	3	3	13	4	4	3	11
3	3	6	3	3	6	4	3	2	4	13	3	2	2	3	10	3	3	4	3	13	4	3	3	10
3	3	6	3	2	5	3	2	2	3	10	3	2	2	3	10	3	3	2	3	11	2	3	3	8
3	3	6	4	4	8	3	2	4	3	12	4	2	4	3	13	3	4	3	4	14	3	4	3	10
4	4	8	4	3	7	2	3	4	2	11	3	2	3	3	11	3	3	2	3	11	4	3	3	10
3	4	7	3	2	5	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	4	4	4	4	16	3	3	4	10
3	3	6	3	4	7	2	2	3	3	10	2	2	2	3	9	3	3	2	2	10	4	2	3	9
3	3	6	4	4	8	2	2	2	3	9	3	3	2	2	10	3	2	2	2	9	4	2	2	8
3	3	6	3	3	6	2	3	3	2	10	3	2	2	2	9	2	2	2	2	8	3	3	2	8
3	4	7	4	3	7	2	3	3	3	11	3	3	3	3	12	3	3	2	3	11	4	3	3	10
4	4	8	3	4	7	3	2	3	4	12	2	2	3	3	10	3	3	3	2	11	3	3	4	10
3	2	5	2	3	5	2	3	3	2	10	2	2	3	3	10	3	3	2	2	10	3	3	3	9
4	4	8	3	3	6	4	2	3	3	12	3	2	3	3	11	3	2	3	3	11	4	3	3	10
3	4	7	3	3	6	3	3	4	3	13	3	2	3	3	11	2	3	2	2	9	4	3	3	10
3	3	6	2	2	4	2	2	2	3	9	2	3	2	3	10	3	2	2	2	9	2	3	2	7
4	3	7	3	2	5	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	4	4	4	4	16	4	3	3	10
4	4	8	4	3	7	3	3	4	3	13	3	4	3	3	13	3	2	3	3	11	4	3	3	10
3	3	6	3	3	6	2	3	2	3	10	3	2	3	2	10	3	3	4	3	13	4	2	3	9
3	3	6	3	2	5	3	2	3	4	12	2	2	2	3	9	3	2	2	2	9	3	3	2	8
3	3	6	2	2	4	3	2	3	2	10	2	3	2	2	9	2	3	2	2	9	3	3	2	8
3	4	7	3	3	6	3	3	3	3	12	3	2	4	3	12	3	3	3	2	11	4	3	3	10
4	3	7	3	4	7	4	3	4	3	14	3	4	4	3	14	4	3	3	4	14	3	4	4	11
2	3	5	2	3	5	2	2	3	3	10	2	2	3	3	10	2	3	3	2	10	3	3	3	9
4	4	8	3	3	6	3	3	2	3	11	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	4	3	3	10
4	4	8	4	3	7	3	2	2	3	10	3	3	4	3	13	2	3	3	2	10	4	3	3	10
4	3	7	3	2	5	3	2	4	3	12	3	3	3	3	12	4	4	4	4	16	4	3	3	10
3	3	6	2	2	4	4	3	3	3	13	2	2	2	3	9	3	2	2	3	10	3	3	2	8
4	4	8	4	3	7	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	12
3	3	6	2	2	4	3	2	3	3	11	2	3	3	2	10	2	2	3	2	9	3	3	2	8
3	4	7	3	3	6	3	3	3	4	13	3	3	4	3	13	4	3	3	3	13	4	3	3	10
3	3	6	3	2	5	2	2	3	3	10	4	2	3	2	11	3	4	3	3	13	3	3	3	9
2	2	4	3	2	5	2	3	2	3	10	4	4	4	2	14	2	2	3	3	10	3	2	3	8
3	3	6	4	4	8	4	3	3	4	14	3	3	4	4	14	4	3	4	4	15	4	3	4	11
4	4	8	4	4	8	4	4	4	4	16	4	3	4	4	15	4	4	3	3	14	4	4	4	12
4	4	8	3	4	7	2	3	2	3	10	3	3	3	4	13	2	3	3	2	10	4	3	3	10
4	3	7	2	3	5	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	4	4	4	4	16	4	3	3	10
3	4	7	3	2	5	3	3	4	3	13	2	3	2	3	10	3	2	3	2	10	2	3	3	8
4	4	8	4	3	7	3	3	3	3	12	3	2	3	3	11	3	2	3	3	11	3	4	3	10
4	4	8	3	3	6	2	2	3	3	10	2	3	2	3	10	3	3	4	3	13	3	2	3	8

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

	andal	tanggap	jamin	empati	bukti	kepuasa
34	8	7	10	13	10	10
35	7	5	12	12	16	10
36	6	4	13	9	10	8
37	8	7	16	16	16	12
38	6	4	11	10	9	8
39	7	6	13	13	13	10
40	6	5	10	11	13	9
41	4	5	10	14	10	8
42	6	8	14	14	15	11
43	8	8	16	15	14	12
44	8	7	10	13	10	10
45	7	5	12	12	16	10
46	7	5	13	10	10	8
47	8	7	12	11	11	10
48	6	6	10	10	13	8



DAFTAR RESPONDEN

No.	NAMA	PEKERJAAN	USIA	NAIK KA
1	Subekti	PNS	34 th.	> 5
2	Moh. Rifa' I	PNS	40 th.	> 5
3	Sutoyo	PNS	37 th.	3
4	Anastasia	P. Swasta	32 th.	> 5
5	Riza	-	19 th.	> 5
6	Paulus	P. Swasta	35 th.	> 5
7	Hutapea Efendi	P. Swasta	40 th.	> 5
8	Subagio	PNS	41 th.	2
9	Fenty Napitupulu	P. Swasta	36 th.	> 5
10	Agus Riyadi	P. Swasta	39 th.	> 5
11	Meitita	P. Swasta	35 th.	> 5
12	Ilham	Wiraswasta	38 th.	3
13	Ika Nur	Ibu Rumah Tangga	25 th.	4
14	Awit Cahyadi	PNS	33 th.	> 5
15	Keri Rahmatullah	P. Swasta	32 th.	> 5
16	Suheri	Wiraswasta	45 th.	> 5
17	Bambang	PNS	44 th.	3
18	Ibrahim Fiant	P. Swasta	35 th.	> 5
19	Basuki Rahmat	Wiraswasta	28 th.	> 5
20	Irwan Djauhari	P. Swasta	30 th.	> 5
21	Saidah Fatmawati	Ibu Rumah Tangga	26 th.	> 5
22	Dwi Harjo	Wiraswasta	20 th.	3
23	Ade Safitri	Ibu Rumah Tangga	24 th.	4
24	Moh. Sutrisno	Wiraswasta	51 th.	> 5
25	Nahrawi	PNS	30 th.	4
26	Sudarman	PNS	40 th.	2
27	Wahyuningrum	PNS	28 th.	> 5
28	Rosidah	Ibu Rumah Tangga	30 th.	3
29	Tri Hapsari	PNS	39 th.	2
30	Aida Malikha	P. Swasta	39 th.	> 5
31	Ranti Sagita	P. Swasta	42 th.	> 5
32	Viky	P. Swasta	38 th.	> 5

33	Syarif Hidayatullah	Wiraswasta	45 th.	> 5
34	Imam Nur Rohim	P. Swasta	40 th.	4
35	Sutini	Wiraswasta	28 th.	> 5
36	Lisa Aprianty	P. Swasta	30 th.	2
37	Guntur	Wiraswasta	37 th.	2
38	Slamet	Wiraswasta	25 th.	> 5
39	Sumantri	Wiraswasta	55 th.	3
40	Alki Zaro'	-	16 th.	2
41	Yuli Asrifa	Ibu Rumah Tangga	39 th.	2
42	Sadati Sanjaya	Wiraswasta	19 th.	2
43	Anto Dwi	P. Swasta	35 th.	> 5
44	Novida Irawati	-	19 th.	3
45	Abd. Rohman	Wiraswasta	47 th.	> 5
46	Moh. Usman	Wiraswasta	39 th.	> 5
47	Narso	Wiraswasta	50 th.	4
48	Else Damayanti	P. Swasta	37 th.	3

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
KEPUASAN	9.56	1.183	48
ANDAL	6.75	1.000	48
TANGGAP	6.10	1.171	48
JAMIN	11.67	1.705	48
EMPATI	11.40	1.723	48
BUKTI	11.67	2.319	48

Correlations

		KEPUASAN	ANDAL	TANGGA P	JAMIN	EMPATI	BUKTI
Pearson Correlation	KEPUASAN	1.000	.661	.602	.728	.703	.636
	ANDAL	.661	1.000	.459	.487	.367	.275
	TANGGAP	.602	.459	1.000	.391	.464	.232
	JAMIN	.728	.487	.391	1.000	.582	.579
	EMPATI	.703	.367	.464	.582	1.000	.614
	BUKTI	.636	.275	.232	.579	.614	1.000
	Sig. (1-tailed)	KEPUASAN		.000	.000	.000	.000
	ANDAL	.000		.001	.000	.005	.029
	TANGGAP	.000	.001		.003	.000	.025
	JAMIN	.000	.000	.003		.000	.000
	EMPATI	.000	.005	.000	.000		.000
	BUKTI	.000	.029	.025	.000	.000	
N	KEPUASAN	48	48	48	48	48	48
	ANDAL	48	48	48	48	48	48
	TANGGAP	48	48	48	48	48	48
	JAMIN	48	48	48	48	48	48
	EMPATI	48	48	48	48	48	48
	BUKTI	48	48	48	48	48	48

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	BUKTI, TANGGAP, ANDAL, JAMIN, EMPATI ^a		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: KEPUASAN

Model Summary^a

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.895 ^a	.800	.777	.559

Model Summary^b

Model	Change Statistics				
	R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.800	33.703	5	42	.000

a. Predictors: (Constant), BUKTI, TANGGAP, ANDAL, JAMIN, EMPATI

b. Dependent Variable: KEPUASAN

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	52.682	5	10.536	33.703	.000 ^a
	Residual	13.130	42	.313		
	Total	65.813	47			

a. Predictors: (Constant), BUKTI, TANGGAP, ANDAL, JAMIN, EMPATI

b. Dependent Variable: KEPUASAN

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.842	.690		1.221	.229
	ANDAL	.360	.099	.304	3.634	.001
	TANGGAP	.221	.085	.219	2.612	.012
	JAMIN	.164	.067	.237	2.434	.019
	EMPATI	.141	.068	.205	2.064	.045
	BUKTI	.122	.048	.238	2.530	.015

Coefficients^a

Model		Correlations		
		Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)			
	ANDAL	.661	.489	.250
	TANGGAP	.602	.374	.180
	JAMIN	.728	.352	.168
	EMPATI	.703	.303	.142
	BUKTI	.636	.364	.174

a. Dependent Variable: KEPUASAN

Residuals Statistics^a

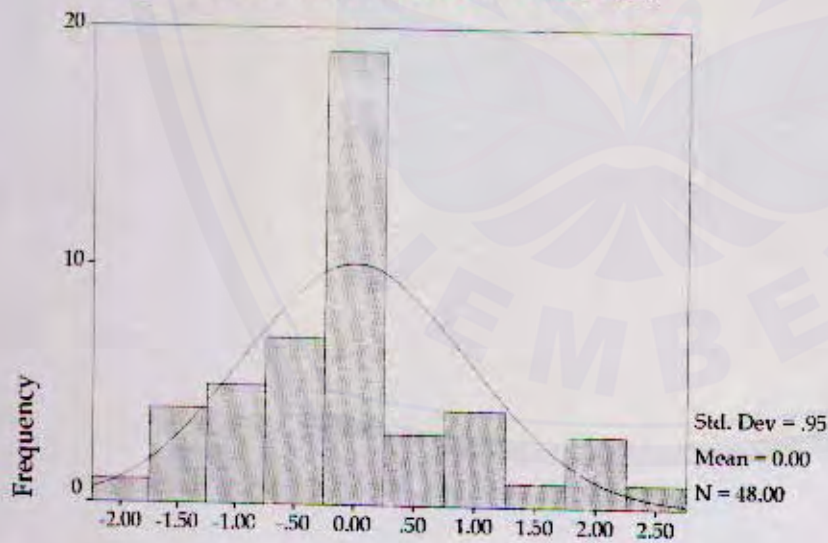
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	7.87	12.10	9.56	1.059	48
Residual	-1.23	1.36	.00	.529	48
Std. Predicted Value	-1.600	2.395	.000	1.000	48
Std. Residual	-2.196	2.423	.000	.945	48

a. Dependent Variable: KEPUASAN

Charts

Histogram

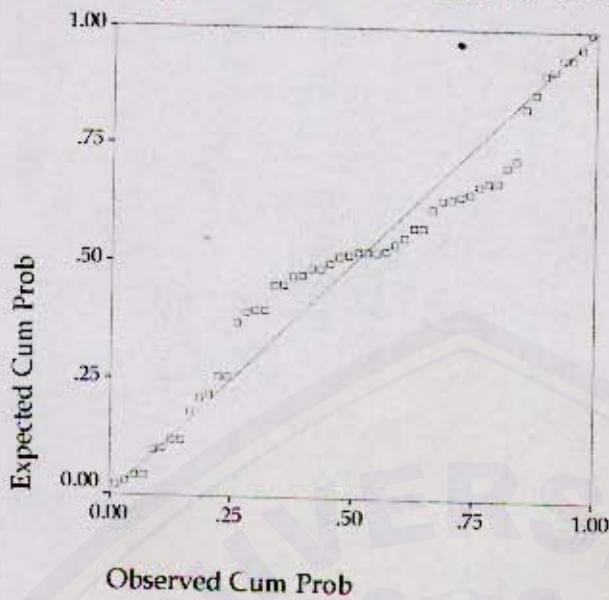
Dependent Variable: KEPUASAN



Regression Standardized Residual

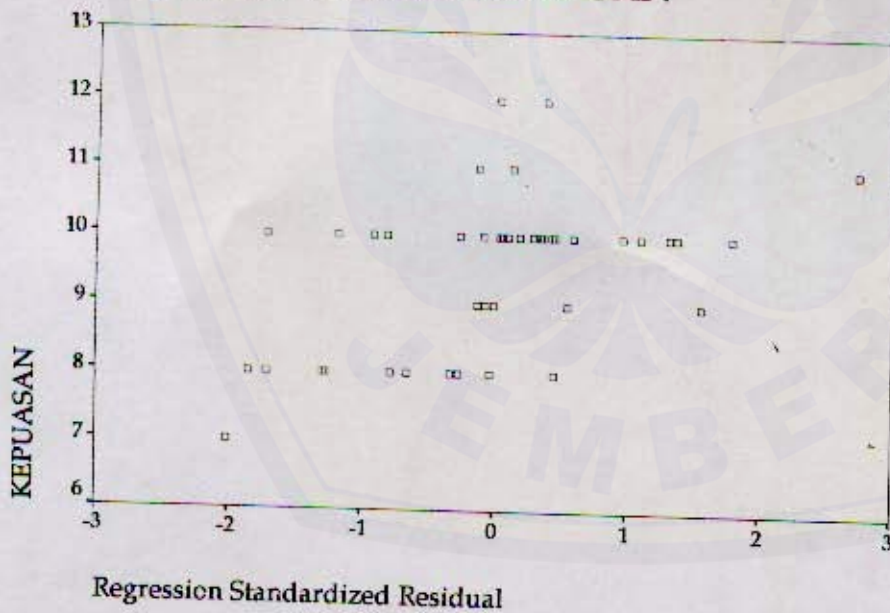
Normal P-P Plot of Regression Standard

Dependent Variable: KEPUASAN



Scatterplot

Dependent Variable: KEPUASAN



Nilai Kritis Distribusi F
 Nilai Persegitil Untuk Distribusi F
 (Bilangan Dalam Badan Daftar Menyatakan Fp;Baris
 Atas Untuk p = 0,05 dan Baris Bawah Untuk p = 0,01)

df	1	2	3	4	5
1	161	200	216	225	230
	4052	4999	5403	5625	5764
2	18,51	19	19,16	19,25	19,30
	98,49	99,01	99,17	99,25	99,30
3	10,13	9,55	9,28	9,12	9,01
	34,12	30,81	29,48	28,71	28,24
4	7,71	6,94	6,59	6,39	6,26
	21,20	18	16,69	15,98	15,52
5	6,61	5,79	5,41	5,19	5,05
	16,26	13,27	12,06	11,39	10,97
6	5,99	5,14	4,76	4,53	5,05
	13,74	10,92	9,78	9,15	8,75
7	5,59	4,74	4,35	4,12	3,97
	12,25	9,55	8,45	7,85	7,46
8	5,32	4,46	4,07	3,84	3,69
	11,26	8,65	7,59	7,01	6,63
9	5,12	4,26	3,86	3,63	3,48
	10,56	8,02	6,99	6,42	6,06
10	4,96	4,10	3,71	3,48	3,33
	10,04	7,56	6,55	5,99	5,64
11	4,84	3,98	3,59	3,36	3,20
	9,65	7,20	6,22	5,67	5,32
12	4,75	3,88	3,49	3,26	3,11
	9,33	6,93	5,95	5,41	5,06
13	4,67	3,80	3,41	3,18	3,02
	9,07	6,70	5,74	5,20	4,86
14	4,60	3,74	3,34	3,11	2,96
	8,86	6,51	5,56	5,03	4,69
15	4,54	3,68	3,29	3,06	2,90
	8,68	6,36	5,42	4,89	4,56
16	4,49	3,63	3,24	3,01	2,85
	8,53	6,23	5,29	4,77	4,44
17	4,45	3,59	3,20	2,96	2,81
	8,40	6,11	5,18	4,67	4,34
18	4,41	3,55	3,16	2,93	2,77
	8,28	6,01	5,09	4,58	4,25
19	4,38	3,52	3,12	2,90	2,74
	8,18	5,93	5,01	4,50	4,17
20	4,35	3,49	3,10	2,87	2,71
	8,10	5,85	4,94	4,43	4,10
21	4,32	3,47	3,07	2,84	2,68
	8,02	5,78	4,87	4,37	4,04
22	4,30	3,44	3,05	2,82	2,66
	7,94	5,72	4,82	4,31	3,99
23	4,28	3,42	3,03	2,80	2,64
	7,88	5,66	4,76	4,26	3,94

24	4,26	3,40	3,01	2,78	2,62
	7,82	5,61	4,72	4,22	3,90
25	4,24	3,38	2,99	2,76	2,60
	7,77	5,57	4,68	4,18	3,86
26	4,22	3,37	2,89	2,74	2,59
	7,72	5,53	4,64	4,14	3,82
27	4,21	3,35	2,96	2,73	2,57
	7,68	5,49	4,60	4,11	3,79
28	4,20	3,34	2,95	2,71	2,56
	7,64	5,45	4,57	4,07	3,76
29	4,18	3,33	2,93	2,70	2,54
	7,60	5,52	4,54	4,04	3,73
30	4,17	3,32	2,92	2,69	2,53
	7,56	5,39	4,51	4,02	3,70
32	4,15	3,30	2,90	2,67	2,51
	7,50	5,34	4,46	3,97	3,66
34	4,13	3,28	2,88	2,65	2,49
	7,44	5,29	4,42	3,93	3,61
36	4,11	3,26	2,80	2,63	2,48
	7,39	5,25	4,38	3,89	3,58
38	4,10	3,25	2,85	2,62	2,46
	7,35	5,21	4,34	3,86	3,54
40	4,08	3,23	2,84	2,61	2,45
	7,31	5,18	4,31	3,83	3,51
42	4,07	3,22	2,83	2,59	2,44
	7,27	5,15	4,29	3,80	3,49
44	4,06	3,21	2,82	2,58	2,43
	7,24	5,12	4,26	3,78	3,46
46	4,05	3,20	2,81	2,57	2,42
	7,21	5,10	4,24	3,76	3,44
48	4,04	3,19	2,80	2,56	2,41
	7,19	5,08	4,22	3,74	3,42
50	4,03	3,18	2,79	2,56	2,40
	7,17	5,05	4,20	3,72	3,41
55	4,02	3,17	2,78	2,54	2,38
	7,12	5,04	4,46	3,68	3,37
60	4,00	3,45	2,76	2,52	2,37
	7,08	4,98	4,13	3,65	3,34
65	3,99	3,44	2,75	2,54	2,36
	7,04	4,95	4,40	3,62	3,31
70	3,98	3,43	2,74	2,50	2,35
	7,01	4,92	4,08	3,60	2,29
80	3,96	3,44	2,72	2,48	2,33
	6,98	4,88	4,04	3,58	3,25
100	3,94	3,09	2,70	2,46	2,30
	6,90	4,82	3,98	3,54	3,20

NILAI KRITIS DISTRIBUSI t

α for one-tailed test

df	.10	.05	.025	.01	.005
1	3.078	6.314	12.706	31.821	63.657
2	1.886	2.920	4.303	6.965	9.925
3	1.638	2.353	3.182	4.541	5.841
4	1.533	2.132	2.776	3.747	4.604
5	1.476	2.015	2.571	3.365	4.032
6	1.440	1.943	2.447	3.143	3.707
7	1.415	1.895	2.365	2.998	3.499
8	1.397	1.860	2.306	2.896	3.355
9	1.383	1.833	2.262	2.821	3.250
10	1.372	1.812	2.228	2.764	3.169
11	1.363	1.796	2.201	2.718	3.106
12	1.356	1.782	2.179	2.681	3.055
13	1.350	1.771	2.160	2.650	3.012
14	1.345	1.761	2.145	2.624	2.977
15	1.341	1.753	2.132	2.602	2.947
16	1.337	1.746	2.120	2.583	2.921
17	1.333	1.740	2.110	2.567	2.898
18	1.330	1.734	2.101	2.552	2.878
19	1.328	1.729	2.093	2.539	2.861
20	1.325	1.725	2.086	2.528	2.845
21	1.323	1.721	2.080	2.518	2.831
22	1.321	1.717	2.074	2.508	2.819
23	1.319	1.714	2.069	2.500	2.807
24	1.318	1.711	2.064	2.492	2.797
25	1.316	1.708	2.060	2.485	2.787
26	1.315	1.706	2.056	2.479	2.779
27	1.314	1.703	2.052	2.473	2.771
28	1.313	1.701	2.048	2.467	2.763
29	1.311	1.699	2.045	2.462	2.756
30	1.310	1.697	2.042	2.457	2.750
40	1.303	1.684	2.021	2.423	2.704
60	1.296	1.671	2.000	2.390	2.660
120	1.289	1.658	1.980	2.358	2.617
x	1.282	1.645	1.960	2.326	2.576



**DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS JEMBER**

FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

Alamat : Jl. Kalimantan III/3 Kampus Tegalboto Kotak Pos 162 Telp / fax (0331) 334988 Jember
68121

Nomor : **2317** /J25.1.5/PL5/2004 Jember, Juli 2004
Lampiran : Proposal
Perihal : Ijin Penelitian
Kepada : Yth. Sdr. Pimpinan
P.T Kereta Api Indonesia Cabang Jember
Di Jember

Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember
menerangkan bahwa Mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Efa Saodah
NIM : 990 210 301 183
Jurusan/Program : Pendidikan IPS / Pendidikan Ekonomi

Berkenaan dengan penyelesaian studinya, mahasiswa tersebut
bermaksud melaksanakan penelitian di lembaga Saudara dengan
Judul :

**“Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap
Kepuasan Pelanggan Kereta Api Mutiara Timur Kelas Eksekutif
jurusan Surabaya-Banyuwangi”**

Sehubungan dengan hal tersebut kami mohon perkenan saudara agar
memberikan ijin dan sekaligus bantuan informasi yang
diperlukannya.

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya kami mengucapkan terima
kasih

Dekan
Pembantu Dekan I,

PT. KERETA API (Persero)

DAERAH OPERASI IX JEMBER



Nomor : D.9/151/JL/VII/2004
Lampiran : -
Perihal : Ijin Penelitian

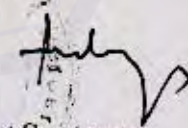
Jember, 16 Juli 2004

Yth. Sdr. Dekan FKIP
Universitas Jember
di

J e m b e r .

1. Menindak lanjuti surat saudara nomor : 2317/J25.1.5/PLS/2004 tanggal...Juli 2004 pada pokok surat, diberitahukan dengan hormat bahwa kami pada prinsipnya menyetujui dan memberi kesempatan kepada Mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember, untuk melaksanakan penelitian di PT.Kereta Api (Persero) Daerah Operasi IX Jember dengan judul "**Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Kereta Api Mutiara Timur Kelas Eksekutif jurusan Surabaya-Banyuwangi**"
2. Selama mengadakan penelitian, mahasiswa tersebut wajib mentaati tata tertib dan peraturan yang ada di PT Kereta Api (Persero) Daop IX Jember, serta wajib menyerahkan 1 (satu) eksemplar hasil penelitian.
3. Nama mahasiswa tersebut adalah : **Efia Saodah NIM. 990 210 301 183**
4. Demikian disampaikan dan atas kerja samanya disampaikan terima kasih.

a/n Kepala Daerah Operasi IX
PT. KERETA API (Persero) Jr,
Ka Humas


Sutovo
Nipp. 18 009

Tembusan Kepada :

1. Pertiinggal.

UTAMAKAN KESELAMATAN DAN PELAYANAN

DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

LEMBAR KONSULTASI PENYUSUNAN SKRIPSI

Nama : EFIA SAODAH
 NIM/Angkatan : 990210301183 / 1999
 Jurusan/Prog. Studi : IPS / peng ekonomi
 Judul Skripsi : Pengaruh di mensi Kualitas Pelayanan
 Jara Terhadap Kepuasan Pelanggan
 Kereta Api Mutiara Timur jurusan
 Surabaya banyuwangi
 Pembimbing I : Dra. Sriwahyuni M.si 131 336 651
 Pembimbing II : Dra. Retna ugesti M.p.

KEGIATAN KONSULTASI

No	Hari/Tanggal	Materi Konsultasi	T.T Pembimbing
1	Selasa/9-02-04	Judul	Sp
2	Rabu/11-02-04	Matrik	Sp
3	Jum't/12-02-04	Bab I, II, III	Sp
4	Sabtu/27-03-04	Revisian Bab I, II, III	Sp
5	Sabtu/3-04-04	Revisian Bab I, II, III	Sp
6	Sabtu/17-04-04	Revisian Bab II	Sp
7	Jum'at/30-04-04	angket.	Sp
8	24-08-04	BAB IV	Sp
9	2-09-04	BAB IV	Sp
10	30-09-04	BAB IV	Sp
11	30/11-04	AAC usian	Sp
12			
13			
14			
15			

Catatan:

1. Lembar ini harus dibawa dan diisi setiap melakukan konsultasi
2. Lembar ini harus dibawa sewaktu Seminar Proposal Skripsi dan Ujian Skripsi

DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

LEMBAR KONSULTASI PENYUSUNAN SKRIPSI

Nama : EFIA SAODAH
 NIM/Angkatan : 990210301183 / 99
 Jurusan/Prog. Studi : IPS / pend. ekonomi
 Judul Skripsi : Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan
 Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan
 Kereta Api Mutiara Timur Jurusan
 Surabaya - Banyuwangi
 Pembimbing I : Dra. Sriwah-yuni M.si
 Pembimbing II : Dra. Retna ngesti M.p.

KEGIATAN KONSULTASI

No	Hari/Tanggal	Materi Konsultasi	T.T Pembimbing
1	Senin / 2-02-04	Judul	
2	Selasa / 10-02-04	Matrik	
3	Kamis / 11-03-04	BAB I, II, III	
4	Kamis / 25-03-04	Revisian BAB I	
5	Kamis / 1-04-04	Revisian BAB I, II	
6	Kamis / 15-04-04	Revisian BAB II, III	
7	Kamis / 29-04-04	Revisian BAB II, III	
8	Kamis / 13-05-04	angket	
9	Subbu / 5-06-04	angket	
10	10-8-04	BAB IV, V	
11	30-8-04	BAB IV, V	
12	21-9-04	BAB IV, V	
13	25-10-04	BAB IV, V	
14	1-12-04	ACC, Ujian	
15			

Catatan:

1. Lembar ini harus dibawa dan diisi setiap melakukan konsultasi
2. Lembar ini harus dibawa sewaktu Seminar Proposal Skripsi dan Ujian Skripsi