



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN JASA PT. KERETA API INDONESIA DAERAH
OPERASIONAL IX JEMBER**

SKRIPSI

Oleh:

Rohmat Wahid Arrasy

NIM. 160210301056

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS JEMBER**

2020



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN JASA PT. KERETA API INDONESIA DAERAH
OPERASIONAL IX JEMBER**

SKRIPSI

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Program Studi Pendidikan Ekonomi (S1) dan mencapai gelar Sarjana Pendidikan

Oleh

Rohmat Wahid Arrasy

NIM 160210301056

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS JEMBER**

2020

PERSEMBAHAN

Puji syukur atas berkat dan rahmat Allah S.W.T, serta doa dari orang-orang selalu mendoakan saya sehingga karya tulis ini dapat terselesaikan dengan baik. Dengan mengucapkan syukur Allhamdulillah saya persembahkan karya tulis ini kepada:

1. Kedua orang tua saya ibu Siti Nur Hafani dan bapak Didik Sutomo Rahadi yang selalu mendoakan dan memberi support kepada saya.
2. Adik kandung saya Rahmat Walid Assery beserta keluarga besar yang selalu memberikan doa dan semangat kepada saya.
3. Almamater yang saya cintai Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.
4. Bapak/ibu guru dan dosen yang saya hormati serta semua orang yang telah memberikan pengalaman serta pengetahuan dengan penuh kesabaran dan ketulusan.
5. Sahabat dan teman seperjuangan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Angkatan 2016 yang selalu memberikan support dan juga doa yang terbaik buat saya.

MOTTO

وَاللَّهُ مَعَ الصَّابِرِينَ

"Dan Allah bersama orang-orang yang sabar."¹

(QS. Al-Baqarah Ayat 153)

لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا

(QS. Al-Baqarah Ayat 286)

"Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai kesanggupannya."²

Jangan menjelaskan dirimu kepada siapa pun, karena yang menyukaimu tidak butuh itu. Dan yang membencimu tidak percaya itu.³

(Ali bin Abi Thalib)

¹<https://www.abanaonline.com/2018/01/motto-hidup-islami-dari-al-quran.html>

²<https://muslim.or.id/29427-keindahan-islam-8.html>

³<https://motivasee.com/jangan-menjelaskan-tentang-dirimu-ke-siapapun/>

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rohmat Wahid Arrasy

NIM : 160210301056

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa PT.Kereta Api Indonesia Daerah Operasional IX Jember” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya cantumkan sumbernya dan belum diajukan pada instansi manapun, serta bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas kebenaran dan keabsahan isi sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak manapun dan bersedia mendapat sanksi akademik apabila dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 18 Desember 2020

Yang menyatakan

Rohmat Wahid Arrasy

160210301056

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN JASA PT. KERETA API INDONESIA DAERAH
OPERASIONAL IX JEMBER**

diajukan guna memenuhi syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Program
Sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Pendidikan Ekonomi
Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial pada
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Jember

Oleh:

Nama Mahasiswa : Rohmat Wahid Arrasy

NIM : 160210301056

Program Studi : Pendidikan Ekonomi

Angkatan Tahun : 2016

Tempat, Tanggal Lahir: Jember, 01 Mei 1997

Disetujui oleh:

Dosen Pembimbing 1

Dosen Pembimbing II

Drs. Joko Widodo, MM

NIP. 19600217 198603 1 003

Dra. Sri Wahyuni, M. Si

NIP. 19570528 198403 2 002

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Jasa PT. Kereta Api Indonesia Daerah Operasional IX Jember”. Telah diuji dan disahkan pada:

Hari,Tanggal : Jumat, 18 Desember 2020

Tempat : Gedung 1 FKIP

Tim Penguji

Ketua,

Sekretaris,

Drs. Joko Widodo, M.M.
NIP. 19600217 198603 1 003

Dra. Sri Wahyuni, M.Si.
NIP. 19570528 198403 2 002

Anggota I,

Anggota II,

Mukhamad Zulianto, S.Pd., M.Pd.
NIP. 198807221201504 1 001

Dr. Sri Kantun, M.Ed.
NIP. 1958100719860 2 001

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Jember

Prof. Dr. Bambang Soepeno, M.Pd.
NIP. 19600612 198702 1 001

RINGKASAN

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa PT.Kereta Api Indoonesia Daerah Operasional IX Jember: Rohmat Wahid Arrasy, 160210301056; 2020;140 halaman; Jurusan Ilmu Pengetahuan Sosial Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.

Semakin ketatnya persaingan di dunia bisnis jasa transportasi membuat setiap perusahaan memperbaiki kualitas jasa dan pelayanan agar tetap bisa bertahan dalam persaingan pasar. Masyarakat semakin selektif dalam memilih dan menggunakan jasa transportasi yang akan digunkannya. Kualitas pelayanan merupakan strategi kunci dalam berbagai bisnis jasa untuk unggul dalam persaingan pasar. Peningkatan kualitas pelayanan sangat menentukan dalam usaha menarik minat dan mempertahankan konsumen setiap perusahaan jasa menawarkan sebuah pelayanan untuk di unggulan dan menjadi pembeda dengan perusahaan jasa yang lain.

Menciptakan kepuasan konsumen merupakan salah satu inti dari pencapaian profitabilitas jangka panjang bagi perusahaan. Dengan terpenuhinya kepuasan konsumen inilah perusahaan dapat semakin berkembang mempertahankan kelangsungan bisnisnya. Konsumen yang mendapatkan pelayanan terbaik akan membuat bidang usaha mendapatkan kepercayaan dari konsumen untuk menggunakan kembali jasa transportasi. Konsumen akan memberikan penilaian positif pada perusahaan yang akan menjadi keuntungan tersendiri bagi perusahaan. Kepuasan merupakan rasa yang ditimbulkan oleh individu yang telah membandingkan barang atau jasa yang telah digunakan. Apabila jasa tersebut tidak sesuai dengan keinginan maka konsumen akan kecewa, sebaliknya jika sesuai atau melebihi apa yang diinginkan oleh konsumen maka konsumen akan merasa puas.

Kereta Api merupakan transportasi yang paling diminati oleh banyak orang, masyarakat memilih KAI karena berbagai alasan seperti kemudahan dalam memesan tiket, kenyamanan, anti macet dan lain-lain. Kepuasan konsumen merupakan unsur yang sangat penting bagi konsumen dalam menggunakan jasa.

Kepuasan tersebut adalah syarat utama bagi pihak KAI DAOP IX Jember agar mampu dan sukses menciptakan kenyamanan, kepuasan dan mempertahankan penumpang. Apabila penumpang merasakan kenyamanan dan kepuasan setelah menggunakan jasa transportasi kereta. Terutama dalam kondisi Pandemi Covid 19 saat ini, pihak PT. KAI melakukan berbagai tambahan pelayanan agar penumpang merasa aman menggunakan jasa perkerataapian. Seperti calon penumpang diwajibkan meatuhi protokol kesehatan, tempat cuci tangan, diwajibkan menggunakan handsanitizer yang telah disediakan dan pemberian face shield gratis.

Penelitian ini dilakukan dengan metode kuantitatif korelasional dengan menggunakan metode analisis linier sederhana. Adapun metode penentuan lokasi menggunakan metode *purposive area* dan penentuan sampel menggunakan metode *accidental sampling*, yakni penumpang Kereta Api yang berangkat dari Stasiun Jember dengan jumlah responden 50 orang dengan dasar teori Roscoe. Sedangkan untuk metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode observasi, kuisisioner tertutup dengan skala likert dan wawancara terstruktur.

Hasil penelitian menunjukkan Kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan konsumen jasa PT.Kereta Api Indonesia Daerah Operasional IX Jember. Hasil Uji F menunjukkan Nilai $F_{hitung} = 246,696 > F_{tabel} = 4,043$ dengan tingkat signifikansi $F = 0,000 < a = 0,05$. Berdasarkan hasil tersebut maka H_0 ditolak dan H_a diterima yaitu ada pengaruh yang signifikan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen jasa PT.Kereta Api Indonesia Daerah Operasional IX Jember. Sedangkan untuk besarnya persentase koefisiensi determinasi (R^2) kualitas pelayanan (variabel bebas) terhadap kepuasan konsumen (variabel terikat) PT.Kereta Api Indonesia Daerah Operasional IX Jember sebesar 0,837 hal ini menunjukkan bahwa besarnya persentasi pengaruh Kualitas pelayan terhadap Kepuasan konsumen jasa PT.Kereta Api Indonesia Daerah Operasional IX Jember sebesar 83,7% sedangkan sisanya yaitu 16,3% dipengaruhi variabel bebas lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti kualitas produk, harga, faktor situasi, dan faktor pribadi dari konsumen.

PRAKATA

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Instagram Sebagai *Social Media Marketing* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember Angkatan 2016-2019)” Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Jurusan Pendidikan Ekonomi Ilmu Pengetahuan Sosial Fakultas keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Bambang Soepeno, M.Pd. selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan.
2. Dr Sumardi, M. Hum. selaku Ketua Jurusan Pendidikan IPS, Drs. Kayan Swastika, M.Si selaku Sekertaris Jurusan Pendidikan IPS.
3. Wiwin Hartanto, S.Pd. M.Pd selaku Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Jember;
4. Drs. Joko Widodo, M.M. selaku Dosen Pembimbing Utama dan Dra. Sri Wahyuni, M.Si. selaku Dosen Pembimbing Anggota yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran guna memberikan mimbingan demi selesainya penyusunan skripsi ini, serta Mukhamad Zulianto, S.Pd., M.Pd. selaku Dosen Penguji Utama dan Dr. Sri Kantun M.Ed. selaku Dosen Penguji Anggota yang telah memberikan kritikan dan masukan pada skripsi ini;
5. Seluruh Dosen Program Studi pendidikan Ekonomi FKIP, Universitas Jember yang telah banyak memberikan banyak pengalaman dan ilmu yang bermanfaat.

6. Teman-teman Program Studi Pendidikan Ekonomi khususnya angkatan 2016, HMP PE LIBRA dan UKM PSM Paranada Choir yang telah memberikan banyak pengalaman yang berharga selama ini;
7. Sahabat terbaikku Nufilatul Hasanah, Putri Dyah S.R, Cux Squad dan sahabat terdekat lainnya yang telah memberikan support dan doa demi kelancaran penyusunan skripsi ini.
8. Semua pihak baik secara langsung maupun tidak langsung telah membantu kelancaran penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu.

Penulis juga menerima segala kritikan dan saran yang membangun dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini, Akhirnya penulis berharap, semoga skripsi ini dapat bermanfaat.

Jember, 18 Desember 2020

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
PERSEMBAHAN.....	iii
MOTTO	iv
PERNYATAAN.....	v
HALAMAN PERSETUJUAN.....	vi
HALAMAN PENGESAHAN.....	vii
RINGKASAN	viii
PRAKATA.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Teori Kualitas Pelayanan.....	8
2.2 Indikator Kualitas Pelayanan.....	9
2.3.1 Keandalan (reliability)	10
2.3.2 Daya Tanggap (<i>responsiveness</i>)	11
2.3.3 Jaminan (<i>assurance</i>)	12
2.3.4 Empati (<i>emphaty</i>).....	13
2.3.5 Bukti Fisik (<i>tangibel</i>).....	14
2.3 Teori Kepuasan Konsumen.....	15
2.4.1 Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen.....	16
2.4.2 Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen	18
2.4 Indikator Kepuasan Konsumen	18

2.5.1 Pembelian Ulang.....	19
2.5.2 Rekomendasi dari mulut ke mulut.....	20
2.5 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen.....	21
2.6 Penelitian Terdahulu.....	22
2.7 Kerangka Berpikir.....	23
2.8 Hipotesis.....	23
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	24
3.1 Rancangan Penelitian.....	24
3.2 Lokasi Penelitian.....	24
3.3 Populasi dan Sampel.....	24
3.3.1 Populasi.....	24
3.3.2 Sampel.....	24
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	25
3.4.1 Kualitas Pelayanan (X).....	25
3.4.2 Kepuasan Konsumen (Y).....	26
3.5 Jenis Data dan Sumber Data.....	27
3.5.1 Jenis Data.....	27
3.5.2 Sumber Data.....	27
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	27
3.7 Metode Pengolahan data.....	28
3.7.1 Editing.....	28
3.7.2 Skoring.....	28
3.7.3 Tabulasi.....	28
3.8 Uji Instrumen Penelitian.....	28
3.8.1 Uji Validitas.....	28
3.8.2 Uji Reabilitas.....	29
3.9 Metode Analisis Data.....	30
3.9.1 Analisis Inferensial.....	30

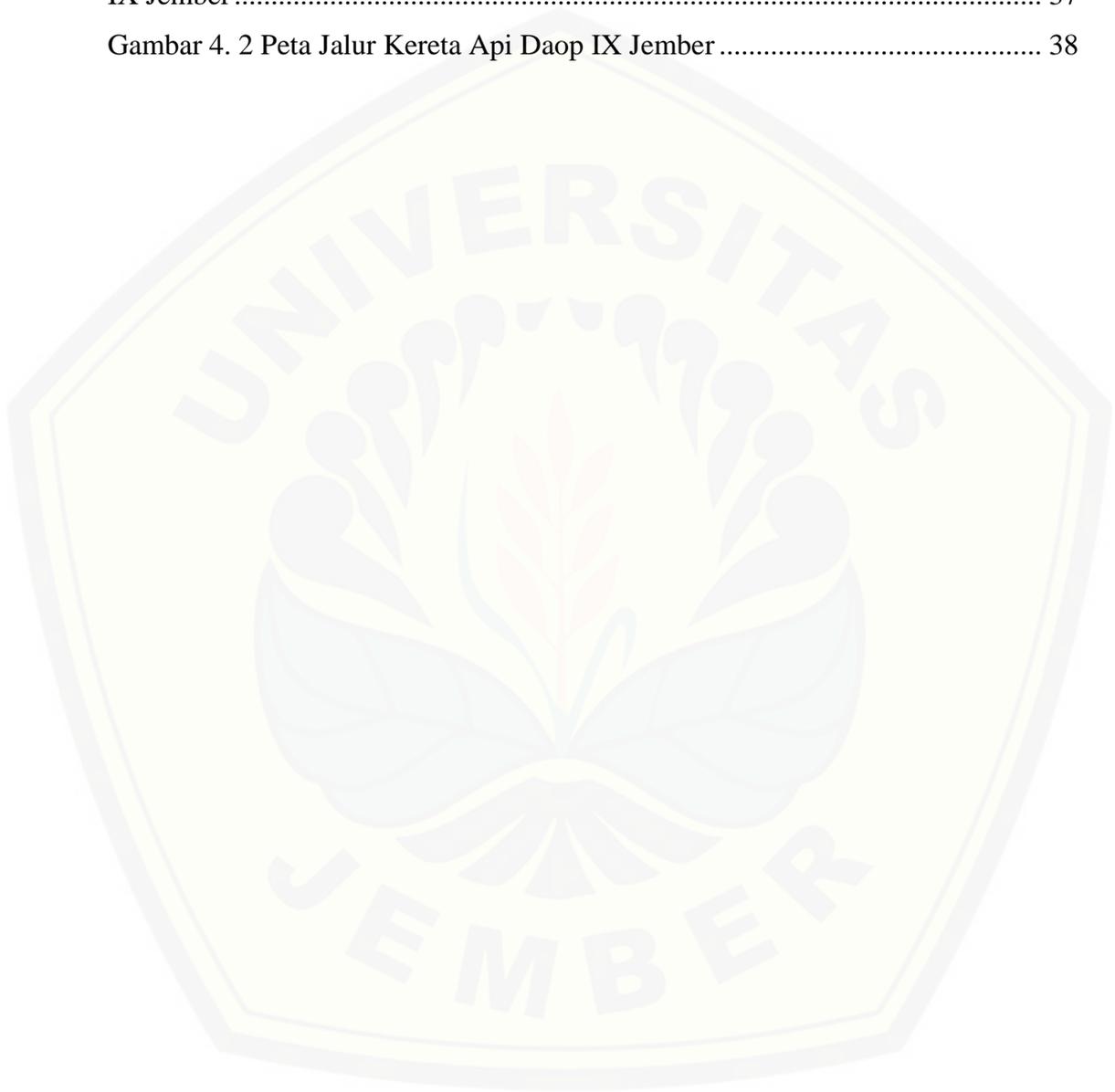
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	34
4.1 Hasil Penelitian.....	34
4.2 Data Pendukung.....	34
4.2.1 Sejarah Perkerataapian Indonesia	34
4.2.2 Gambaran PT. Kereta Api Indonesia Daerah Operasional IX Jember 35	
4.2.3 Visi dan Misi PT. Kereta Api Indonesia Daerah Operasional IX Jember	35
4.2.4 Jenis Kereta Api	36
4.2.5 Struktur Organisasi PT. Kereta Api Indonesia Daerah Operasional IX Jember.....	37
4.2.6 Daerah Operasi PT. Kereta Api Indonesia Daerah Operasional IX Jember	37
4.3 Data Utama	38
4.3.1 Gambaran Umum Responden	38
4.4 Uji Instrumen Penelitian	40
4.4.1 Uji Validitas Penelitian	40
4.4.2 Uji Reliabilitas Penelitian	41
4.4.3 Uji Prasyarat.....	43
4.4.4 Analisis Inferensial.....	44
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian.....	48
BAB 5. PENUTUP	54
5.1 Kesimpulan.....	54
5.2 Saran	54
DAFTAR PUSTAKA	55
LAMPIRAN.....	57

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	8
Tabel 3.1 Patokan Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi	32
Tabel 4. 1Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia	38
Tabel 4. 2Pengelompokan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
Tabel 4. 3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Profesi	39
Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X).....	40
Tabel 4. 5Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)	41
Tabel 4. 6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X).....	41
Tabel 4. 7Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)	42
Tabel 4. 8 Kriteria untuk r_{hitung} (r_{alpha}	42
Tabel 4. 9 Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	43
Tabel 4. 10 Hasil Uji Linieritas.....	44
Tabel 4. 11 Hasil Analisis Garis Regresi Sederhana.....	44
Tabel 4. 12 Hasil Analisis Varian Garis Regresi	45
Tabel 4. 13 Pedoman untuk memberikan Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi	46
Tabel 4. 14 Hasil Uji F Hitung.....	46
Tabel 4. 15 Hasil Perhitungan Koefisien Determinasi.....	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	23
Gambar 4. 1 Struktur organisasi di PT. Kereta Api Indonesia Daerah Operasional IX Jember	37
Gambar 4. 2 Peta Jalur Kereta Api Daop IX Jember	38



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Matriks Penelitian.....	58
Lampiran 2 Tuntunan Penelitian.....	60
Lampiran 3 Kerangka Kuesioner	61
Lampiran 4 Kuisisioner Penelitian	62
Lampiran 5Tuntunan Wawancara.....	68
Lampiran 6 Transkrip Wawancara	69
Lampiran 7 Daftar Responden Penelitian	72
Lampiran 8 Hasil Angket Uji Instrymet 1 (Try Out).....	76
Lampiran 9 Hasil Angket Variabel Kualitas Pelayanan (X).....	84
Lampiran 10 Hasil Angket Variabel Kepuasan Konsumen	87
Lampiran 11 Frekuensi Data Variabel Kualitas Pelayanan (X).....	89
Lampiran 12 Frekuensi Data Variabel Kepuasan Konsumen (Y)	92
Lampiran 13 Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X)	94
Lampiran 14 Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)	97
Lampiran 15 Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X).....	98
Lampiran 16 Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)	99
Lampiran 17 Uji Asumsi Klasik	100
Lampiran 18 Analisis Garis Regresi Linier Sederhana.....	101
Lampiran 19 Tabel Product Moment	105
Lampiran 20 Tabel F.....	106
Lampiran 21. Dokumentasi.....	110
Lampiran 22 Surat Ijin Penelitian	119
Lampiran 23 Surat Bukti Penelitian.....	120
Lampiran 24 Lembar Konsultasi.....	121
Lampiran 25 Daftar Riwayat Hidup.....	123

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dunia bisnis jasa transportasi saat ini terjadi persaingan yang sangat kompetitif. Persaingan yang kompetitif ini dikarenakan semakin beragamnya perusahaan yang beroperasi di bidang transportasi seperti Kereta Api, Pesawat, Busway, Go-Jek, Grab, Travel, Taxi dan lain sebagainya yang memaksa perusahaan untuk terus memperbaiki kualitas jasa dan pelayanannya agar tetap bisa bertahan dalam persaingan pasar. Hal ini membuat masyarakat semakin selektif dalam memilih dan menggunakan jasa transportasi yang terbaik. Setiap perusahaan jasa transportasi selalu memiliki keunggulan dan kelemahan masing-masing, dari segi ketepatan waktu, keamanan, kemudahan akses, kenyamanan hingga harga dan promosi yang diberikan akan menjadi pertimbangan bagi para konsumen. Setiap perusahaan dituntut untuk tidak hanya meningkatkan kualitas jasanya saja, tetapi juga kualitas pelayanan untuk bisa tampil dan unggul dalam persaingan pasar. Oleh karena itu, kunci utama untuk menjadi perusahaan yang lebih unggul adalah kualitas pelayanan yang diberikan kepada para konsumen. *Survive* tidaknya suatu perusahaan jasa transportasi saat ini ditentukan oleh kemampuan perusahaan itu dalam memberikan pelayanan yang terbaik bagi para konsumen.

Kualitas pelayanan merupakan strategi atau kunci dalam berbagai usaha jasa untuk unggul dalam persaingan pasar. Indikator keberhasilan dalam bisnis jasa salah satunya adalah kualitas pelayanan, hal itu diperuntukkan untuk menciptakan kepuasan konsumen (Lupiyoadi, 2009:168). Peningkatan kualitas pelayanan sangat menentukan dalam usaha menarik dan mempertahankan konsumen. Kemampuan perusahaan dalam melayani konsumen dengan baik akan mempertahankan perusahaan itu untuk bersaing dengan perusahaan lain. Setiap perusahaan menawarkan sebuah keahlian terutama pada segi layanan kepada konsumen yang tidak dimiliki oleh perusahaan lain. Perusahaan dituntut untuk merancang mutu jasa dan pelayanan untuk konsumen agar setiap konsumen merasa puas atas jasa dan pelayanan yang digunakannya. Semua itu memang harus dilakukan untuk mendapatkan profitabilitas tinggi, sehingga perusahaan

dapat berkembang sesuai tuntutan pasar dan bisa menjadi perusahaan yang kuat dalam persaingan pasar yang semakin hari semakin kompetitif.

Menciptakan kepuasan konsumen merupakan salah satu inti dari pencapaian profitabilitas jangka panjang bagi perusahaan. Terpenuhinya kepuasan konsumen dapat membuat perusahaan berkembang dan bertahan di dunia bisnis. Perusahaan harus mengetahui apa yang menjadi keinginan dan kebutuhan pasar, hal itu dilakukan untuk memuaskan setiap konsumen perusahaan dengan produk atau jasa yang ditawarkan. Kualitas pelayanan menjadi modal utama dalam persaingan jasa transportasi, karena keunggulan kualitas pelayanan perusahaan akan menentukan tingkat kepuasan konsumen. Perusahaan harus menjadikan kepuasan konsumen sebagai tujuan utama, hal itu akan tercapai jika jasa atau produk perusahaan dapat memenuhi kebutuhan konsumen.

Kualitas pelayanan merupakan upaya untuk mewujudkan pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan dalam penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen. Perusahaan harus mampu menjaga kualitas daya tanggap (*responsiveness*), kehandalan (*reliability*), empati (*emphaty*), jaminan (*assurance*), dan bukti fisik (*tangible*) karena hal tersebut merupakan lima dimensi kualitas pelayanan perusahaan (Tjiptono 2007:273). Kehandalan ialah suatu kemampuan dari perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang telah dijanjikan. Konsumen datang untuk menggunakan jasa yang ditawarkan tentunya tidak hanya karena penasaran namun juga tertarik dengan janji dan tujuan yang diberikan oleh perusahaan.

Daya tanggap merupakan kemampuan untuk membantu konsumen secara cepat dan tepat kepada konsumen. Konsumen tentunya akan selalu membutuhkan bantuan setiap karyawan untuk memenuhi keinginannya, jika karyawan tidak cepat tanggap melayani konsumen tentunya konsumen akan merasa kebigunan dan kecewa. Jaminan merupakan kemampuan perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya konsumen terhadap jasa yang ditawarkan konsumen. Konsumen tentunya memerlukan jaminan dari perusahaan agar konsumen bisa percaya sepenuhnya dengan pelayanan perusahaan. Empati merupakan kemampuan perusahaan memberikan kemudahan bagi setiap konsumen dan pemahaman

karyawan terhadap kebutuhan konsumen. Konsumen tentunya memerlukan sikap empati dari setiap karyawan untuk memudahkan apa yang diinginkannya, dengan sikap empati dari karyawan, konsumen akan merasa diperhatikan dan dilayani dengan baik. Sedangkan bukti fisik dapat diartikan sebagai pembuktian pelayanan perusahaan terhadap konsumen dengan hal yang nyata dan dapat dirasakan langsung oleh konsumen.

Konsumen yang mendapatkan pelayanan terbaik akan membuat bidang usaha mendapatkan kepercayaan dari konsumen untuk menggunakan kembali jasa transportasi. Konsumen akan memberikan penilaian positif pada perusahaan yang akan menjadi sebuah keuntungan tersendiri bagi perusahaan. Keuntungannya berupa konsistensi konsumen untuk menggunakan jasa yang ditawarkan. Oleh sebab itu, perusahaan perlu mempertimbangkan kualitas pelayanan yang diberikan agar menciptakan rasa puas dalam diri konsumen. Saat kualitas pelayanan yang diberikan sesuai keinginan konsumen, maka perusahaan telah memberikan kepuasan terhadap konsumen.

Kualitas pelayanan yang buruk menunjukkan ketidakberhasilan bisnis tersebut, hal ini menimbulkan kekecewaan dan rasa tidak puas di benak pembeli. Kepuasan ialah rasa yang ditimbulkan oleh individu yang telah membandingkan barang atau jasa yang telah digunakan akan suatu keinginan (Kotler dan Keller, 2009:153). Ketidakcocokan barang atau jasa dengan keinginan dapat menimbulkan rasa kecewa dalam benak konsumen, sebaliknya konsumen akan merasa puas jika barang atau jasa sesuai harapan. Kepuasan juga merupakan bayangan perbedaan antara keinginan dengan kemampuan dari produk atau jasa yang dibelinya. Apabila keinginan tinggi, sedangkan kemampuan produk atau jasa yang diberikan tidak memenuhi, maka akan memunculkan rasa kecewa bagi konsumen. Jika sebaliknya kemampuan barang atau jasa mampu memenuhi keinginan pembeli maka rasa puas yang akan didapatkan oleh konsumen.

Konsumen memiliki tingkat kepuasan yang menjadi pertimbangan dalam memberikan penilaian kualitas pelayanan dengan melakukan perbandingan jenis pelayanan pada perusahaan sejenis. Tanggapan pelanggan terhadap kualitas pelayanan didasarkan pada pengalaman dari pengerahan jasa perusahaan,

sedangkan wujud emosional yang ditimbulkan dari tanggapan pelanggan disebut kepuasan konsumen.

Pada era globalisasi ini masyarakat menuntut adanya kemajuan yang sangat tinggi guna mengembangkan perekonomian yang semakin baik. Salah satu contohnya dalam bidang transportasi umum, berbagai macam pilihan transportasi umum telah dikembangkan, masyarakat memiliki banyak pilihan untuk menggunakan transportasi umum. Banyaknya perusahaan transportasi mempromosikan jasanya demi berusaha merebut konsumen. Masyarakat umumnya menggunakan transportasi dengan mempertimbangkan harga, fasilitas yang didapatkan, serta mutu dari pelayanan jasa yang diberikan oleh perusahaan. Setiap perusahaan jasa transportasi berlomba-lomba memberikan inovasi terbaru yang ditawarkan kepada konsumen dalam bertransportasi.

Kereta Api menjadi salah satu angkutan umum yang ada di Indonesia yang tergabung dalam satu perusahaan bernama PT. Kereta Api Indonesia (PT.KAI) Persero. PT.KAI merupakan perusahaan BUMN (badan usaha milik negara) yang bertanggungjawab dan bertugas mengatur seluruh rangkaian perjalanan menggunakan Kereta Api. Ketepatan waktu merupakan salah satu bentuk pelayanan jasa kereta api terhadap pengguna jasa transportasi tersebut agar konsumen dapat merencanakan sesuatu dengan tepat dan pasti. Tidak hanya ketepatan waktu yang di unggulkan di PT. KAI namun berbagai fasilitas lainnya juga diberikan untuk memenuhi keinginan penumpang. Fasilitas dalam kereta api dapat berupa kelayakan gerbong kereta, kebersihan gerbong kereta, kelayakan tempat duduk, dan kelayakan toilet dalam kereta.

Masyarakat lebih memilih menggunakan kereta api karena beberapa alasan diantaranya seperti anti macet, tepat waktu, kemudahan dalam memesan tiket, tarif yang terjangkau, serta kenyamanan dalam transportasi. Kenyamanan dan kemudahan untuk penumpang menjadi prioritas PT.KAI untuk meningkatkan hal tersebut dilakukan beberapa upaya diantaranya pembuatan aplikasi *KAI ACCESS* dalam mempermudah konsumen untuk melakukan pembelian tiket kereta. PT.KAI juga meberikan kemudahan bagi penumpang yang memilki keterbatasan waktu dengan tersedianya kereta kelas Bisnis dan Eksekutif untuk perjalanan kota-kota

tertentu dengan perjalanan waktu yang lebih cepat dibandingkan kereta kelas ekonomi.

Terutama dalam kondisi Pandemi Covid 19 saat ini, pihak PT. KAI melakukan berbagai upaya dalam menghadapi kondisi tersebut. PT. KAI menerapkan beberapa strategi guna memperkecil penyebaran covid 19 dalam menggunakan jasa angkutan umum. Adapun 3 strategi yang ditetapkan oleh pihak KAI yaitu 1) PT KAI menerapkan *Protect our people*. Tujuannya untuk melindungi segenap pegawai KA yang menjadi garda terdepan dengan memberikan layanan memakai masker, *face shield*, cuci tangan, *hand sanitizer*. Kemudian di stasiun-stasiun juga disediakan hand sanitizer, dan juga di dalam kereta api. Hal ini dimaksudkan untuk memberikan kenyamanan dan keamanan pada penumpang dalam masa covid-19 ini. Untuk jumlah penumpang lebih dibatasi yaitu untuk *commuter line* itu hanya 35-40 persen kapasitas, jika untuk KA jarak jauh hanya 70 persen. 2) Pihak PT. KAI menjaga likuiditas perusahaan dengan baik, sehingga PT KAI bisa bertahan di masa krisis ini. 3) menerapkan *cutting cost*, efisiensi semaksimal mungkin dalam masa krisis seperti ini. Pada saat krisis covid-19 harus disiasati dengan cepat beradaptasi dan memonitor *cash flow* secara harian. Di samping itu pelanggan bisa membeli tiket dengan QRIS. Kedepannya pihak PT. KAI akan terus melakukan berbagai cara dalam rangka memberikan kemudahan di masa pandemi. (Sumber: www.merdeka.com).

PT. KAI memiliki beberapa bagian, salah satu bagiannya adalah daerah operasi, dimana daerah operasi tersebut ditempatkan di beberapa wilayah contohnya di Kota Jember yang dikenal dengan DAOP IX (Daerah Operasional IX) Jember. pelayanan yang diberikan di DAOP IX Jember dapat dikatakan baik apabila mampu membentuk kenyamanan dan kepuasan bagi penumpangnya. Menurut Kotler dan Keller (2009:153) kepuasan merupakan rasa yang ditimbulkan oleh individu yang telah membandingkan barang atau jasa yang digunakan akan suatu keinginan. Apabila barang atau jasa tersebut tidak cocok dengan keinginan maka kekecewaan yang akan dirasakan oleh konsumen, namun jika melampaui keinginan konsumen maka konsumen akan merasa puas. Suasana tersebut dapat tercipta dengan selalu menjaga kebersihan gerbong, memperhatikan

kenyamanan kursi penumpang, jaminan keamanan dalam kereta hingga penampilan petugas yang sopan dan rapi. Setiap petugas harus sigap dan tepat dalam melayani konsumen, tidak membeda-bedakan konsumen satu dengan yang lain, serta sikap ramah, sopan dan sabar dalam melayani konsumen juga akan menjadi point utama dalam mencapai tujuan memuaskan konsumen. Apalagi dalam kondisi Pandemi Covid 19 saat ini, kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak PT. KAI sangat mempengaruhi kepuasan konsumen.

Kepuasan konsumen menjadi syarat utama bagi pihak PT. KAI DAOP IX Jember agar mampu dan sukses menciptakan kenyamanan dan mempertahankan konsumen. Apabila konsumen merasakan kenyamanan dan kepuasan setelah menerima pelayanan terbaik dalam melakukan perjalanan Kereta Api, maka konsumen akan menunjukkan besarnya kemungkinan untuk menggunakan jasa Kereta Api kembali, konsumen yang merasa puas juga cenderung akan menceritakan pengalaman baiknya kepada orang lain hingga menjadi loyal terhadap transportasi Kereta Api, hal tersebut justru akan menjadi sangat berguna bagi PT.KAI DAOP IX Jember.

Berdasarkan uraian masalah diatas maka tema yang diambil peneliti dalam penelitian kali ini ialah **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa PT.Kereta Api Indonesia Daerah Operasional IX Jember”**.

1.2 Rumusan Masalah

Sesuai dengan pemaparan diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini ialah apakah ada pengaruh signifikan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen PT. Kereta Api Indonesia Daerah Operasional IX Jember?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah, tujuan dari penelitian yang akan dilakukan ialah mengetahui adanya Pengaruh signifikan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen PT.Kereta Api Indonesia daerah operasional IX Jember.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat seperti:

1. Manfaat teoritis, agar mampu meningkatkan wawasan ilmu khususnya untuk teori kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.
2. Manfaat praktis
 - a. Untuk pihak akademis, agar dijadikan bakal pembelajaran ilmu pengetahuan pada bidang *marketing* khususnya kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen dan sebagai referensi tambahan bagi peneliti lain yang ingin mengangkat tema mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di PT.Kereta Api Indonesia Daerah Operasional IX Jember.
 - b. Untuk peneliti, agar mampu memperluas khasanah tentang motivasi konsumen dalam membeli suatu produk atau jasa serta sebagai penerapan teori yang sudah diperoleh selama perkuliahan.
 - c. Bagi PT.KAI DAOP IX Jember, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai masukan dan pertimbangan dalam meningkatkan pelayanan dari PT.KAI DAOP IX Jember.

BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Teori Kualitas Pelayanan

Bidang usaha bisnis tidak hanya mementingkan produk atau jasa yang diproduksi. Namun kualitas pelayanan menjadi kunci keberhasilan suatu bisnis, sebab hal itu menjadi salah satu siasat perusahaan untuk melindungi pembeli agar tidak beralih. Pemenuhan rasa puas bagi kebutuhan pembeli perusahaan memberikan kualitas pelayanan yang baik pula. Kualitas dapat diartikan sebagai suatu hubungan yang erat antara barang, pelayanan, individu, operasional, dan tempat untuk memenuhi keinginan pembeli. Pelayanan merupakan proses timbulnya rasa puas melalui kegiatan individu secara tepat. Pada dasarnya ada 2 pelayanan yang diperlukan individu ialah layanan fisik yang bersifat personal dan layanan administratif yang diberikan oleh pihak perusahaan.

Menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2006:181) kualitas pelayanan menjelaskan sejauh mana selisih antara kebenaran dan keinginan konsumen atas layanan yang mereka dapatkan. Tjiptono (2008:56) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan merupakan sistem manajemen yang strategik dan integratif dengan menyangkutkan seluruh manajer dan karyawan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan pembeli. Sedangkan menurut Wyckop (dalam Tjiptono, 2008:59) kualitas pelayanan sebagai tolak ukur tingkat keinginan konsumen dengan keselarasan layanan dari wujud terpenuhinya kebutuhan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi keinginan konsumen. Dalam hal ini perlu digunakan seluruh keahlian dari bidang manajemen, wawasan, kompetensi inti, modal, teknologi, peralatan dan SDM.

Beberapa peranan layanan berdasarkan pandangan Lupiyoadi (2001:194):

1. Menarik perhatian dari calon pembeli
2. Menumbuhkan rasa minat pada calon pembeli
3. Menumbuhkan kepercayaan pada calon pembeli
4. Memberikan perlakuan dengan cara menghormatinya layaknya seorang raja.

Standart tingkat *service* yang harus diterapkan oleh produsen menurut Lupiyoadi (2001:196):

1. Melayani calon pembeli melalui keuletan yang dipunyai.
2. Menghadapi calon pembeli dengan ramah.
3. Menawarkan kepada calon pembeli dengan cara menjelaskan produk atau jasa yang dijual.
4. Cara penjual mendemonstrasikan produk atau jasa yang dijual.

Bisa disimpulkan bahwa bahwa seluruh tindakan yang diberikan oleh perusahaan untuk memenuhi kebutuhan konsumen disebut pelayanan. Sehingga diperlukan kesungguhan dalam pemberian pelayanan agar mencapai kepuasan dan loyalitas dari konsumen.

2.2 Indikator Kualitas Pelayanan

Keunggulan yang diberikan oleh suatu perusahaan jasa dapat ditingkatkan pada mutu pelayanan jasanya sehingga mampu bersaing dengan perusahaan sejenis, tidak terkecuali PT.KAI DAOP IX Jember sebagai penyedia jasa pelayanan dibidang transportasi darat mempunyai kewajiban untuk tetap mendapat kepercayaan penumpang

Cristopher (dalam Rangkuti 2002:18) menyatakan penilaian tentang mutu pelayanan dilihat dari sisi konsumen bukan dari sisi perusahaan. Untuk merumuskan strategi pelayanan, perusahaan harus berorientasi pada kebutuhan konsumen. Menurut Tjiptono (2007:273) terdapat lima faktor yang dapat dipakai untuk mengukur kualitas pelayanan yaitu *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *emphaty* (empati), dan *tangibel* (bukti fisik). Sedangkan menurut Berry dan Parasuraman (dalam Priansa 2017:56) ada sepuluh dimensi yang biasdipakai untuk mengukur kulitas pelayanan: *Reliability* (Kehandalan), *Responsiveness* (daya tanggap), *Competence* (kompetensi), *Acces* (Akses), *Tangible* (bukti fisik), *Communication* (komunikasi), *Security* (keamanan), *Credibility* (kredibilitas), *Understanding/Knowing the customer* (pemahaman pembeli), dan *Courtesy* (Kesopanan).

Berdasarkan teori kualitas pelayanan yang telah dijelaskan diatas, peneliti mengambil beberapa indikator yang akan dipakai pada penelitian kali ini. Indikataor yang dipilih sinkron dengan kebutuhan data dalam penelitian, adapun indikator tersebut yaitu pertama Keandalan (*reabilty*), kedua Daya Tanggap (*responsiveness*), ketiga Jaminan (*assurance*), keempat Empati (*emphaty*), kelima Bukti Fisik (*tangibles*).

2.3.1 Keandalan (reliability)

Keandalan merupakan kemampuan organisasi untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan. Kineja perusahaan yang meliputi ketepatan waktu, pelayanan yang sama kepada semua konsumen, dan sikap simpatik dan lainnya harus sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen. PT. Kereta Api Indonesia dalam melayani konsumen sangat perlu dilakukan agar memberikan rasa senang dan puas terhadap konsumen. Melalui dimensi keandalan konsumen akan mengetahui seberapa besar kesungguhan perusahaan dalam melayani konsumen, dan akan menjadi alat ukur konsumen untuk menumbuhkan rasa percaya atau tidak pada perusahaan tersebut kedepannya.

Menurut Parasuraman dkk (dalam Tjiptono dan Chandra 2011:198), pelayanan yang diberikan berupa layanan yang tepat sejak pertama tanpa terjadinya kesalahan dalam penyampaiannya jasa sesuai dengan ketetapan yang berlaku. Umar (2003:38) juga mengatakan bahwa keandalan ialah upaya yang diberikan pihak jasa sesuai dengan janji yang dilontarkan. Pendapat lain juga dikemukakan oleh Tjiptono dkk(2008:73) bahwa keandalan ialah kecakapan menyajikan pelayanan yang dijanjikan dengan cepat, tepat dan dapat memuaskan konsumen.

Berdasarkan pendapat diatas dapat disimpulkan, keandalan (reliability) merupakan kemampuan perusahaan memberikan pelayanan terbaik yang sesuai dengan apa yang telah dijanjikan oleh perusahaan sebelumnya secara akurat tanpa membuat kesalahan apapun dengan yang telah disepakati sebelumnya. Keandalan dalam hal ini dapat ditunjukkan dengan kemampuan para petugas Kereta Api dalam membenatu penumpang, ketepatan waktu keberangkatan dan waktu tiba yang telah di jadwalkan sebelumnya.

2.3.2 Daya Tanggap (*responsiveness*)

Setiap konsumen pastinya mengharapkan pelayanan yang tulus, baik dan memuaskan. Pelangan akan sangat senang dan terbantu dengan petugas melayani dengan penuh kesigapan dan ketulusan dalam memenuhi permintaan konsumen. Hal itu dapat membuat konsumen lebih nyaman dan merasa dipermudah dengan adanya bantuan dari petugas.

Konsumen menginginkan pelayanan yang sigap, tulus dalam memenuhi keinginan pembeli. Menurut Tjiptono dan Chandra (2011:198) menjelaskan bahwa daya tanggap berkaitan kemauan dan kecakapan pegawai dalam membantu dan merespon permintaan konsumen. Rangkuti (2002:18) juga menjelaskan bahwa daya tanggap adalah kecakapan karyawan menyediakan jasa dengan cepat sesuai keinginan pelanggan.

Daya tanggap merupakan usaha untuk membantu dan memberikan informasi yang tidak dipahami oleh penumpang dengan cepat dan tepat. Daya tanggap di stasiun biasanya dapat dilihat dari kecepatan ketanggapan karyawan loket dalam melayani setiap penumpang, dapat dilihat pula dari ketanggapan dan kepedulian karyawan restorasi kereta yang melayani pembelian makanan atau minuman agar tidak terjadi kejenuhan terhadap penumpang. Contoh lain dapat dilihat dari petugas kereta yang membantu dalam naik turunnya penumpang di stasiun, membantu penumpang yang kebingungan dalam mencari nomor tempat duduk di dalam gerbong kereta.

Petugas yang tidak memiliki skill daya tanggap yang cepat dan baik dapat membuat penumpang merasa kecewa, penumpang akan merasa tidak mendapat perhatian khusus dari petugas kereta. Hal ini tentunya dapat merusak rasa nyaman penumpang dan merusak citra perusahaan itu sendiri.

2.3.3 Jaminan (*assurance*)

Perasaan aman dan nyaman dalam menikmati suatu layanan jasa, merupakan faktor utama konsumen dalam menikmati semua fasilitas yang ditawarkan oleh suatu perusahaan industri jasa. Perusahaan harus dapat meyakinkan konsumen akan jaminan pelayanan terbaik yang akan diberikan oleh karyawan, menumbuhkan perasaan aman dan nyaman bagi penumpang merupakan suatu kewajiban. Jaminan merupakan kepercayaan yang diberikan oleh perusahaan berupa rasa percaya diri pada pelayanan yang diberikan sehingga menumbuhkan kepercayaan dalam diri penumpang dalam penggunaan jasa yang diberikan. Kepercayaan besar itu membawanya datang kembali suatu saat untuk menikmati kembali jaminan dan fasilitas tersebut. Jaminan ialah tindakan karyawan yang bisa menumbuhkan kepercayaan dan menciptakan rasa aman bagi para konsumennya (Tjiptono dan Chandra, 2011:198). Sedangkan menurut Ranguti, (2002:30) Jaminan ialah pengetahuan, kesopanan pegawai dan sifat yang dimilikinya sehingga dapat dipercaya konsumen agar terbebas dari resiko.

Berdasarkan gagasan tersebut maka kesimpulannya bahwa jaminan ialah kemampuan suatu perusahaan dalam menumbuhkan kepercayaan kepada konsumennya, serta semua hal yang berkaitan dengan pengetahuan dan kesopanan semua pihak manajemen perusahaan agar terciptanya rasa aman dan nyaman terhadap konsumen. Jaminan disini harus bisa meyakinkan setiap konsumen agar bisa percaya terhadap pelayanan PT.KAI DAOP IX Jember dan akan kembali untuk menikmati pelayanan yang sudah terjamin di waktu yang akan datang. Jaminan dalam penelitian ini dapat ditunjukkan seperti Kondektur yang mengecek kembali tiket yang telah dibeli penumpang dengan menunjukkan KTP atau tanda pengenal lainnya. Jaminan keamanan barang penumpang dan menjamin uang kembali jika terjadi sesuatu yang tidak diinginkan dengan syarat dan ketentuan yang berlaku.

2.3.4 Empati (*emphaty*)

Setiap konsumen tentunya menginginkan rasa empati dari setiap karyawan yang melayaninya, empati setiap petugas terhadap konsumen merupakan faktor utama untuk menciptakan komunikasi yang baik antara perusahaan dengan konsumennya. Empati ialah pemberian perhatian yang tulus yang sifatnya pribadi baik dari pegawai maupun perusahaan kepada konsumen dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Setiap petugas dituntut untuk memiliki jiwa sosial yang baik agar dapat memahami apa yang dibutuhkan oleh konsumen secara cepat. Hal ini dapat menjaga hubungan baik antara perusahaan dengan konsumennya.

Perhatian pihak manajemen perusahaan dan kepedulian karyawan dalam melayani konsumen merupakan faktor utama untuk menumbuhkan komunikasi yang baik antara penyedia jasa dengan konsumennya. Lupiyoadi (2013:217) empati merupakan pemberian perhatian personal secara tulus pada para konsumen dengan berusaha memenuhi kebutuhannya. Sedangkan menurut Parasuraman dkk (dalam Rangkuti 2002:19) empati dapat digunakan untuk memperkirakan pengetahuan pegawai terhadap keperluan pembeli serta kepedulian karyawan.

Berdasarkan pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa perhatian atau empati merupakan kemampuan perusahaan dalam memberikan kemudahan bagi konsumen, dari segi komunikasi, perhatian pribadi, serta pemahaman karyawan terhadap apa yang dibutuhkan konsumen.

Dalam penelitian ini empati ditunjukkan dengan sikap ramah, murah senyum, sopan santun dan kesabaran dari petugas Kereta Api dalam melayani penumpang. Seluruh petugas tentunya dituntut untuk memberikan sikap terbaik pada setiap penumpang tanpa membeda-bedakan antara penumpang satu dengan yang lainnya. Hal ini harus dilakukan agar tidak terjadi kesenjangan dan gap yang tercipta antara penumpang satu dengan yang lain. Memberikan perhatian khusus bagi salah satu penumpang boleh saja dilakukan asalkan penumpang tersebut benar-benar membutuhkan perhatian khusus misalkan penumpang yang menderita keterbatasan fisik dan lain sebagainya.

2.3.5 Bukti Fisik (*tangibel*)

Bukti fisik merupakan ukuran pelayanan yang terlihat secara kasat mata dan dapat dinikmati oleh setiap konsumen. Bukti fisik yang menarik hati konsumen akan menjadi salah satu alasan konsumen untuk menggunakan jasa dari perusahaan tersebut. Pelayanan ini meliputi fasilitas sarana-prasarana yang dipakai oleh perusahaan serta penampilan dari pihak yang terkait dalam perusahaan jasa tersebut.

Menurut Lupiyoadi (2013:216) bukti fisik ialah kinerja perusahaan yang ditunjukkan melalui eksistennya kepada pihak diluar perusahaan yang dijadikan bukti nyata dari pemberi jasa kepada konsumen. Bukti fisik terdiri dari fasilitas yang nyata adanya, perlengkapan, karyawan dan akses komunikasi. Sedangkan menurut Parasuraman dkk (dalam Rangkuti 2002:19) suatu ukuran yang dapat dilihat secara jelas dari segi penampilan fisik, peralatan, karyawan, serta akses komunikasi.

Berdasarkan gagasan di atas dapat di ambil kesimpulan bahwa bukti fisik merupakan sebuah kemampuan perusahaan dalam menyediakan fasilitas dan sarana prasarana yang menarik konsumen dan mudah digunakan, serta dapat menimbulkan kesan aman dan nyaman di benak konsumen. selain dari segi sarana dan prasarana bukti fisik juga meliputi penampilan semua pihak terkait dalam perusahaan, khususnya para petugas yang berpenampilan baik, sopan dan rapi sehingga menarik konsumen.

Bukti fisik pada penelitian ini dapat ditunjukkan dalam kenyamanan kursi yang dibuat empuk, dan memiliki sandaran belakang dan sandaran tangan sebagai pembatas. *Air Conditioning* (AC) harus berfungsi dengan baik, toilet yang bersih dengan air yang mengalir, adanya bantal dan selimut pada kereta kelas Eksekutif, dan penampilan setiap petugas kereta yang sopan dan rapi. Hal ini tentunya akan memberikan sebuah kesan yang baik terhadap setiap penumpang Kereta Api.

2.3 Teori Kepuasan Konsumen

Memahami setiap kebutuhan konsumen dalam hal ini penumpang Kereta Api adalah hal yang sangatlah penting untuk menciptakan kepuasan pada setiap penumpang. Kepuasan atau ketidakpuasan merupakan rasa yang ditimbulkan oleh konsumen baik itu perasaan bahagia atau buruk terhadap kemampuan produk yang diinginkan. Menurut Kotler & Keller (2009:153) kepuasan ialah rasa yang ditimbulkan oleh individu yang telah membandingkan barang atau jasa yang digunakan akan suatu keinginan. Apabila barang atau jasa tersebut tidak cocok dengan keinginan maka kekecewaan yang diperoleh konsumen. Apabila barang atau jasa sesuai atau melampaui keinginan pelanggan maka konsumen akan memperoleh rasa puas.

Kepuasan konsumen ialah penilaian yang diberikan pembeli sesudah melakukan pembelian suatu barang atau jasa minimal mendekati atau lebih dari harapan konsumen. Kepuasan ialah sebagai persamaan antara kemampuan barang atau jasa dan pelayanan yang diperoleh dengan kemampuan produk dan servis yang diinginkan konsumen (Sangadji dan Sopiah, 2013:182). Keinginan konsumen menjadi fokus utama bagi perusahaan untuk mewujudkannya sebagai wujud dari pelayanan yang baik. Usaha memuaskan kebutuhan konsumen dengan saling menguntungkan atau dengan keadaan sama menang (*win-win situation*) yaitu situasi antara konsumen dan perusahaan tidak ada yang merasa dirugikan.

Presepsi yang sangat mengharuskan dalam *marketing* dan riset konsumen ialah kepuasan konsumen (Peter dan Olson, 2014:184). Konsumen yang melakukan pembelian dan merasa puas dengan barang, jasa atau merek menjadi peluang bagi perusahaan bahwa konsumen akan melakukan pembelian lagi secara terus-menerus. Selain itu, konsumen juga memberitahukan kepada masyarakat lain tentang pengalaman pembelian terhadap barang, jasa atau merek tersebut. Namun, apabila ketidakpuasan yang diperoleh maka konsumen akan berpindah pada produk atau merek dan berdampak pada rekomendasi kepada orang lain.

Menurut Kotler dan Keller (dalam Priansa 2017:196) menyatakan bahwa kepuasan konsumen ialah rasa bahagia atau kecewa yang terjadi pada suatu individu sesudah membandingkan antara kemampuan produk yang diperkirakan

terhadap hasil yang diinginkan. Apabila kinerja yang ditawarkan tidak sesuai keinginan konsumen maka pembeli tidak puas. Apabila kemampuan sesuai keinginan konsumen maka akan diperoleh kepuasan sedangkan kinerja melampaui keinginan konsumen akan diperoleh rasa sangat puas. Kepuasan konsumen ialah perbedaan antara keinginan dan kemampuan yang terjadi dan diperoleh saat melakukan pembelian (Priansa, 2017:211). Keinginan yang banyak namun tidak diimbangi dengan kemampuan produk yang banyak pula maka akan tidak tercapainya kepuasan dan menimbulkan kekecewaan bagi konsumen. Sebaliknya, keinginan yang tinggi yang diimbangi dengan kinerja produk tinggi pula maka akan tercapainya kepuasan dalam penggunaannya. Keinginan yang tinggi terjadi akibat dari banyaknya referensi pengalaman dari barang atau jasa yang sama.

Kepuasan konsumen merupakan unsur utama yang membuat PT. Kereta Api Indonesia bertahan menghadapi persaingan jasa angkutan transportasi darat. Guna mewujudkan hal tersebut PT. Kereta Api Indonesia menawarkan produk dan layanan yang menjanjikan. Tersedianya barang dan service yang lebih tepat guna karena adanya pengukuran kepuasan yang telah dilakukan. Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa keefektifan dan efisien pelayanan yang diberikan memunculkan suatu rasa kepuasan dan ketidakpuasan dalam diri individu.

Beberapa pendapat tersebut bisa disimpulkan bahwasanya kepuasan konsumen ialah evaluasi purnabeli dimana penilaian pembeli akan suatu barang atau jasa sesuai dengan keinginannya. Keinginan merupakan perkiraan atau keyakinan konsumen PT. Kereta Api Indonesia tentang apa yang diterimanya setelah menikmati perjalanan yang dilaluinya.

2.4.1 Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Menurut Putranto, (2016:18) adapun unsur-unsur yang memengaruhi kepuasan konsumen seperti:

1. Kualitas produk

Kualitas yang baik mampu membuat konsumen memperoleh rasa kepuasan dalam penggunaan produk atau jasa.

2. Harga

Pembeli sangat selektif dalam pemilihan produk terutama produk yang sejenis namun berbeda harga. Nilai yang ditentukan sesuai dengan mutu barang atau jasa sehingga pembeli memperoleh *value for money*.

3. *Service quality*

Kepuasan yang diperoleh dari pelayanan sangat susah untuk didapatkan. Sehingga diperlukan metode yang berbeda dalam pemberian pelayanan oleh perusahaan (*sevqual*).

4. Biaya dan kemudahan

Kepuasan pembeli juga bisa didapatkan berdasarkan kemudahan dalam mendapatkan produk atau jasa yang diinginkan.

5. *Emotional factor*

Suatu *brand* tentunya membawa suatu emosi atau perasaan yang mencerminkan *brand* tersebut sehingga dari emosi ini pembeli mampu mendapatkan kepuasan akan penggunaan produk atau jasa yang dibeli.

Sedangkan menurut Zeithmal dan Bitner (dalam Laksono 2015) persepsi kepuasan memiliki jangkauan yang luas tidak hanya tentang kualitas pelayanan melainkan terdapat unsur-unsur lain:

1. Kualitas pelayanan atau jasa, jika pelayanan dan harapan konsumen berjalan selaras.
2. Kualitas produk, jika konsumen merasa bahwa barang yang mereka memiliki mutu.
3. Harga, jika produk memiliki mutu yang sesuai dengan harga yang ditentukan tetapi perusahaan dapat memperoleh nilai plus apabila harga suatu produk yang ditawarkan lebih murah dengan mutu yang sama.
4. Faktor situasi, jika situasi yang terjadi membuat pelanggan tersebut merasa aman, senang dan nyaman
5. Faktor pribadi dari konsumen, harapan akan suatu barang yang berasal dari dalam diri setiap individu.

2.4.2 Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen

Empat cara yang dikemukakan oleh Kotler (dalam Jasfar, 2012:21): dalam mengukur kepuasan konsumen berdasarkan:

1. Sistem Keluhan dan Saran

Setiap bidang usaha selalu memfokuskan pada pembeli (*costumer oriented*) dalam mengutarakan keluhan serta saran terhadap barang atau jasa yang telah mereka pakai. Beraneka ragam wadah dalam menyampaikan keluhan serta saran dari konsumen seperti kotak kritik dan saran, surat komentar, layanan telfon keluhan (*costumer hotline*) dan lain-lain. Sisi positif yang diberikan metode tersebut dinilai efisien dalam peroleh informasi terhadap permasalahan yang timbul. Akan tetapi dalam metode tersebut terdapat sisi negatifnya yaitu kesulitan dalam memperoleh gambaran yang jelas tentang kepuasan dan tidaknya pembeli.

2. Survei kepuasan pelanggan

Setiap bidang usaha akan mendapatkan komentar dari konsumen secara spontan dan jelas. Hal tersebut akan memberikan pandangan yang baik bagi perusahaan bahwa mereka menanamkan rasa peduli di mata konsumen.

3. *Ghost shopping* (menyamar pembeli)

Cara ini dilakukan dengan memberikan pekerjaan kepada sebagian orang sebagai pembeli yang potensial terhadap produk tersebut. Hal tersebut dinilai dapat memberikan pelayanan langsung dari karyawan terhadap konsumen.

4. *Lost costumer analysis* (Analisis konsumen yang berpindah)

Cara khusus yang dilaksanakan perusahaan dengan menghubungi pembeli yang pernah melakukan pembelian atau sempat berhenti melangsungkan pembelian produk pada suatu bidang usaha. Informasi yang didapat nantinya berguna bagi perusahaan dalam mengambil suatu keputusan untuk menciptakan kepuasan dan kesetiaan akan suatu produk.

2.4 Indikator Kepuasan Konsumen

Harapan konsumen akan suatu produk yang telah dibeli menjadi tolak ukur dalam rasa kepuasan yang diperoleh, harapan tersebut diukur dari kesesuaian kinerja produk dan pelayanan secara nyata. Menurut Tjiptono (2007:366)

Kepuasan konsumen dapat diukur dengan dua konsep yaitu pembelian kembali dan merekomendasikan jasa yang telah digunakannya kepada orang yang lain. Sedangkan menurut Irawan (2008: 128) indikator kepuasan konsumen ialah perasaan puas, suka membeli produk, akan menyarankan kepada orang lain, dan terpenuhinya keinginan pembeli sesudah membeli barang atau jasa.

Berdasarkan teori kepuasan konsumen yang sudah dijelaskan maka peneliti mengambil indikator yang akan dipakai untuk penelitian kali ini. Indikator yang dipilih disesuaikan dengan kebutuhan data dalam penelitian, adapun indikator tersebut sebagai berikut:

2.5.1 Pembelian Ulang

Setiap konsumen yang merasa puas dengan apa yang telah dirasakannya maka perusahaan memiliki peluang bahwa konsumen akan kembali lagi untuk memakai produk atau jasa yang telah digunakannya. Hal tersebut akan sangat menguntungkan bagi sebuah perusahaan. Jika perusahaan dapat mempertahankan kepuasan konsumennya maka konsumen tersebut akan menjadi konsumen tetap dan akan meningkatkan laba perusahaan.

Perasaan puas yang didapat oleh konsumen setelah menggunakan produk dan jasa membuat mereka untuk datang kembali dan membeli ditempat yang sama diwaktu yang akan datang. Konsumen yang puas, mereka membuktikan kemungkinan besar datang kembali untuk membeli produk/jasa (Lupiyoadi dan Hamdani, 2006: 194). Sedangkan menurut Alma (2000:231) dengan adanya kepuasan konsumen maka konsumen akan mengulang kembali pembelian yang pernah mereka lakukan sehingga mampu memberikan laba yang meningkat pada perusahaan.

Keinginan konsumen untuk membeli ulang atau menggunakan ulang jasa Kereta Api tentu akan terjadi apabila penumpang merasa pelayanan yang diberikan oleh petugas Kereta Api mencapai harapan penumpang, sehingga setiap penumpang ingin kembali menggunakan jasa Kereta Api tersebut, namun apabila konsumen tidak pernah merasakan kepuasan dan harapan konsumen tersebut tidak terpenuhi maka konsumen tersebut akan cenderung

beralih pada Kereta Api yang lain atau bahkan tidak akan menggunakan jasa Kereta Api kembali dan memilih moda transportasi yang lain.

Pada penelitian ini yang dimaksud pembelian ulang adalah keinginan konsumen atau penumpang Kereta Api untuk menggunakan kembali jasa pelayanan Kereta Api di DAOP IX Jember ketika ingin bepergian.

2.5.2 Rekomendasi dari mulut ke mulut

Penumpang yang merasa puas terhadap pelayanan suatu perusahaan tentunya akan selalu membicarakan keunggulan yang telah dinikmatinya kepada individu lain, agar mereka bisa ikut menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan oleh suatu perusahaan. Hal ini merupakan sebuah keuntungan tersendiri bagi perusahaan. Perusahaan tidak perlu lagi membuat promosi besar terhadap calon konsumennya, karena perusahaan telah terbantu oleh individu yang telah merasa puas/senang atas kualitas pelayanannya yang diberikan.

Rekomendasi dari mulut ke mulut ini merupakan hal yang amat berpengaruh terhadap usaha yang dijalankan, jika negatif yang disampaikan maka perusahaan akan kehilangan konsumen, namun jika positif yang disampaikan maka perusahaan secara tidak langsung akan bertambah jumlah konsumennya. *Review* baik dari pembeli kepada individu yang lain terjadi apabila mereka mendapatkan kepuasan atas produk atau jasa yang mereka beli (Lupiyoadi dan Hamdani, 2006:194). Sedangkan menurut Kotler (2000:496) konsumen yang melakukan pembelian jasa lebih utama melihat dari *review* dari mulut ke mulut dibandingkan iklan. Jadi konsumen memperoleh informasi tentang jasa melalui pengalaman orang lain yang telah menikmati jasa tersebut. Menurut Zaithaml (dalam Tjiptono 2007:29) menyarankan melalui mulut ke mulut ini (*word of mouth*) ialah penjelasan secara pribadi maupun kelompok kepada konsumen dengan disampaikan individu lain diluar suatu badan. Jadi hal itu menjadi sarana yang bertujuan mempromosikan atau menginformasikan keunggulan atau kelemahan dari suatu produk/jasa.

Kesimpulan pendapat di atas bahwa penumpang Kereta Api di DAOP IX Jember yang merasa puas atas pelayanan yang diterimanya dapat menjadi perantara untuk membantu perusahaan PT.KAI mempromosikan keunggulannya

kepada kerabat dan rekan kosnumen tersebut bahwa pelayanan yang diterimanya sangat memuaskan.

2.5 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Kualitas pelayanan dalam suatu usaha amat diperlukan untuk menarik perhatian konsumen, serta memberikan pelayanan yang memuaskan. Berbagai wujud pelayanan yang disodorkan oleh para pengusaha digunakan untuk menanggapi permasalahan bisnis terhadap barang sejenis dengan tujuan konsumen tidak beralih. Menurut Wyckof dan Lovelock (dalam Tjiptono 2007:59) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas mutu yang diberikan oleh perusahaan tersebut untuk memuaskan keinginan konsumen. Menurut Endar (dalam Tjiptono 2007:198) fokus utama dalam pembelian ialah pelayanan jasanya. Berdasarkan pendapat tersebut maka salah satu faktor untuk dapat menimbulkan rasa puas kepada konsumen ialah kualitas pelayanan.

Lupiyoadi dan Hamdani (2006:192) berpendapat tentang keterkaitan antara kualitas dengan kepuasan konsumen, upaya utama dalam mutu *service* dengan cara mengimbangi antara keinginan pembeli dengan kebutuhan serta ketepatan penyampainnya. Dipertegas oleh McKechnie (dalam Lupiyoadi 2013:115) bahwa manfaat dari harapan dan tanggap terhadap kemampuan suatu barang atau jasa sesudah pembeli memakainya disebut kepuasan konsumen. Pembeli yang puas akan sering memakai jasa itu kembali di lain waktu. Selanjutnya Kotler (2009:201) menyatakan interaksi antara perusahaan dengan pembeli didorongi oleh kualitas yang diperoleh. Hubungan yang kuat ini berpengaruh dalam kurun waktu yang lama yang dapat memunculkan kepuasan konsumen dengan memaksimalkan keinginan konsumen berdasarkan pengalaman penggunaan pembeli yang menyenangkan.

Berdasarkan pendapat di atas terciptanya kepuasan konsumen dilihat dari pelayanan yang diberikan perusahaan telah sesuai atau tidaknya dengan keinginan pembeli. Maka, PT. Kereta Api Indonesia mengutamakan kualitas pelayanan guna mencapai harapan konsumen dan mencapai kepuasan konsumen.

2.6 Penelitian Terdahulu

Penelitian sebelumnya sudah pernah diteliti oleh peneliti sebelumnya sebagai pedoman agar menetapkan sebagai hal seperti inti dan perbandingan yang berkaitan dengan teori penulisan. Berikut beberapa penelitian terdahulu yang akan dijadikan sebagai tinjauan pustaka.

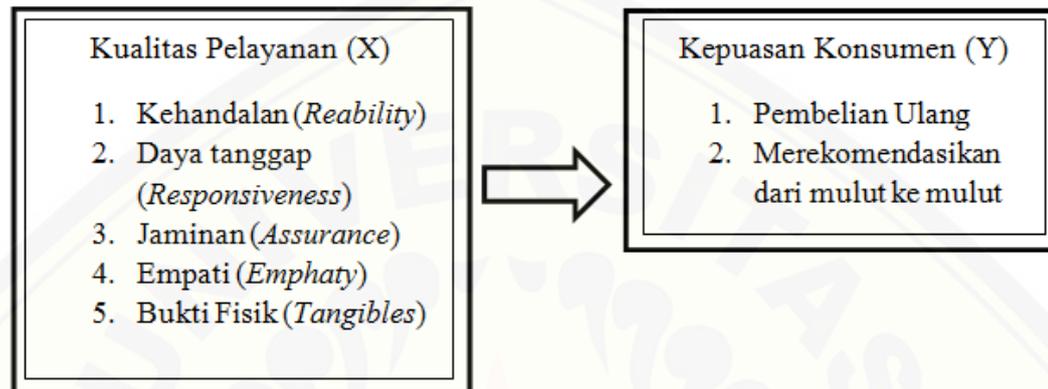
Penelitian dari Wulandari, A. A (2017) dengan judul “pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen transportasi darat (study kasus pada penumpang kereta api Prambanan Express Stasiun Tugu Yogyakarta)”. Perolehan perhitungan pada penelitian tersebut terdapat pengaruh yang signifikan antara fasilitas dan mutu pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Hasil korelasi determinasi 62,5%. Sebesar 45,3% kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan 17,2% dipengaruhi oleh fasilitas yang diberikan oleh perusahaan. Sisanya 37,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak disebutkan.

Penelitian dari Juliyanto (2018) pada penumpang Kereta Api Cirebon Ekspres di kota Bandung dengan tema “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada PT.Kereta Api Indonesia (PERSERO)”. Perolehan perhitungan diketahui bahwa ada pengaruh yang signifikan Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan konsumen yakni 61,85% dan pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen 15,42% dan sisanya 22,73% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak disebutkan.

Penelitian oleh Henda Ekawati Arindi (2017) pada penumpang kereta api ranggajati ekspres di PT. Kereta Api Indonesia DAOP IX Jember dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Penumpang”. Perolehan perhitungan diketahui bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen yakni 71,7%. Selebihnya yakni 28,3% dipengaruhi oleh variabel lain seperti lokasi, harga, potongan harga dan seterusnya.

2.7 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir ialah sintesis kajian-kajian sebelumnya dikaitkan dengan permasalahan yang dihadapi. Kerangka berpikir menggambarkan keterkaitan variabel terikat (X) dengan variabel bebas (Y) sehingga dapat menimbulkan sebuah hipotesis. Kerangka berpikir yang dipakai:



Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir

2.8 Hipotesis

Diduga adanya pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan PT. Kereta Api Indonesia Daerah Operasional IX Jember terhadap kepuasan konsumen.

BAB 3 METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian ialah keseluruhan rencana pada penelitian ini, penelitian ini memakai penelitian kuantitatif. Peneliti menggunakan metode kuantitatif korelasional dengan maksud untuk melihat pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di PT. Kereta Api Indonesia Daerah Operasional IX Jember. Pengambilan informasi pada penelitian ini memakai metode kuisioner, observasi dan dokumentasi. Peneliti memakai analisis regresi linier sederhana dalam mengolah data penelitian.

3.2 Lokasi Penelitian

Peneliti memilih lokasi penelitian memakai cara *purposive area* sebagai lokasi penelitian dengan mempertimbangkan sebagian faktor. Lokasi yang ditentukan pada penelitian ini ialah Stasiun Jember Daerah Operasional IX Jember.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi penelitian adalah subjek penelitian dalam suatu ruang lingkup dan waktu yang telah ditentukan. Populasi pada penelitian ini ialah penumpang Kereta Api di Stasiun Jember.

3.3.2 Sampel

Metode sampling dalam penelitian ini menggunakan metode *Accidental Sampling*. Penentuan sampel secara kebetulan, setiap peneliti berjumpa dengan penumpang kereta maka dapat dipakai sebagai sampel. Jumlah sampel pada penelitian ini memakai teori Roscoe (dalam Sugiyono 2007:156) sampel yang dipakai pada sebuah penelitian sebesar 30 hingga 500 responden. Jadi peneliti menentukan responden sejumlah 50 responden

Adapun kriteria yang akan dijadikan sebagai responden dalam pengambilan sampel:

- a) Penumpang Kereta Api yang berangkat dari Stasiun Jember
- b) Penumpang Kereta Api yang telah berusia 17 tahun keatas dengan pertimbangan bahwa usia ini sudah dapat mengambil keputusan dengan bijak

3.4 Definisi Operasional Variabel

Definisi Operasional Variabel bertujuan melihat hubungan antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Rancangan tersebut dijelaskan memberikan deskripsi indikator dari variabel yang dipakai, adapun konsep yang dioperasionalkan pada penelitian ini:

3.4.1 Kualitas Pelayanan (X)

Kualitas pelayanan merupakan semua aktivitas yang dilakukan oleh PT. KAI kepada konsumen yang berkaitan dengan harapan, keinginan dan kebutuhan konsumen. Pelayanan yang baik dibutuhkan kesungguhan dari pihak PT.KAI kepada setiap penumpang yang memakai jasa kereta api sehingga diperoleh kepuasan terhadap pelayanan guna memenuhi keinginan konsumen. Adapun indikator-indikatornya adalah:

1. Keandalan (*Reability*)

Keandalan merupakan kecakapan pihak PT. KAI dalam memberikan pelayanan kepada konsumen sesuai dengan peraturan yang ditetapkan, misalnya kesiapan petugas melayani penumpang, kesesuaian jam keberangkatan, dan ketepatan waktu kereta.

2. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Daya tanggap ialah ketanggapan/respon pegawai PT. KAI dalam melayani konsumen, misalnya kecepatan petugas kasir, dan ketanggapan petugas merespon keluhan penumpang

3. Jaminan (*Assurance*)

Jaminan merupakan kemampuan pihak PT. KAI untuk membangun kepercayaan konsumen dengan memberikan pelayanan yang baik agar

konsumen merasa aman dan nyaman. Misalnya, petugas mengingatkan barang bawaan penumpang, dan uang kembali jika terjadi pembatalan keberangkatan.

4. Kepedulian (*Empathy*)

Kepedulian merupakan suatu sikap simpati dan empati yang ditunjukkan oleh pihak PT. KAI dalam memberikan pelayanan kepada konsumen. Adapun bentuk kepedulian pihak PT. KAI kepada konsumen yaitu bersikap ramah, sabar, sopan santun komunikasi yang baik, dan memberikan perhatian yang sama kepada semua penumpang.

5. Bukti Fisik (*Tangibles*)

Bukti fisik merupakan berbagai macam sarana dan prasarana pelayanan yang diberikan oleh pihak PT. KAI kepada konsumen, yang meliputi kenyamanan kursi di dalam kereta, kebersihan kereta, dan penampilan petugas kereta.

3.4.2 Kepuasan Konsumen (Y)

Kepuasan konsumen ialah rasa senang yang dirasakan konsumen setelah merasakan pelayanan yang diberikan oleh pihak PT. KAI, dimana pelayanan tersebut sesuai dengan harapan konsumen. Indikator dari kepuasan konsumen antara lain:

1. Pembelian Ulang

Pembelian ulang dalam penelitian ini merupakan suatu keinginan konsumen dalam menggunakan lagi jasa angkutan kereta api karena adanya perasaan puas terhadap pelayanan yang diberikan.

2. Merekomendasikan dari Mulut ke Mulut

Merekomendasikan yang dimaksud ialah kesediaan konsumen untuk memberikan informasi kepada orang lain terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak PT.KAI secara langsung.

3.5 Jenis Data dan Sumber Data

3.5.1 Jenis Data

Jenis data pada penelitian ini meliputi:

1. Data Primer

Data primer penelitian didapat berdasarkan hasil penyebaran kuisioner dengan penumpang Kereta Api di Stasiun Jember.

2. Data Sekunder

Data sekunder penelitian berasal dari data dan dokumen pada PT.KAI DAOP IX Jember, literature dari penelitian yang sejenis dan internet.

3.5.2 Sumber Data

Sumber data yang dipakai antara lain:

1. Responden yaitu penumpang Kereta Api di Stasiun Jember
2. Pihak PT.KAI DAOP IX Jember

3.6 Metode Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, peneliti memakai beberapa cara dalam memperoleh data, antara lain:

1. Angket

Angket yang dipakai berupa angket tertutup, artinya kuesioner dengan peritemnya sudah ada alternatif jawaban dalam bentuk *rating scale* (skala bertingkat). Disini peneliti ikut menggunakan jasa kereta api untuk mendapatkan responden. Penumpang kereta api yang terpilih sebagai sampel penelitian akan diberikan angket melalui link *Google Form* untuk diisi. Perolehan data primer tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa PT.KAI DAOP IX Jember terhadap Kepuasan Konsumen dilihat dari angket yang telah di isi.

2. Observasi

Pengamatan langsung dan runtut di lapangan dengan melihat dan memperhatikan secara langsung aktifitas petugas dalam melayani penumpang kereta api di stasiun Jember.

3. Metode Dokumentasi

Pencatatan data sekunder yang diperlukan dengan mengumpulkan foto-foto kegiatan penelitian ini yang akan dijadikan dokumentasi penelitian.

3.7 Metode Pengolahan data

3.7.1 Editing

Langkah awal mengecek kelengkapan data serta identitas responden, sehingga data yang diperoleh tidak menimbulkan keragu-raguan.

3.7.2 Skoring

Skoring dilakukan apabila data yang diisi oleh responden sudah lengkap dan dapat dipertanggungjawabkan. Skoring adalah kegiatan memberikan nilai pada data yang sudah terkumpul berdasarkan ukuran penilaian. Penilaian memakai skala likert dalam bentuk angka yang dijabarkan dalam *continuum* dari yang positif hingga yang paling negatif. Adapun penentuan nilai sebagai berikut:

- a. Jawaban A diberi skor 3
- b. Jawaban B diberi skor 2
- c. Jawaban C diberi skor 1

3.7.3 Tabulasi

Tabulasi ialah proses perhitungan seluruh tanggapan yang dipilih oleh nara sumber pada setiap butir soal yang diberikan. Pada tahap ini data yang diperoleh disusun dalam bentuk tabel, sehingga data mudah dipahami.

3.8 Uji Instrumen Penelitian

3.8.1 Uji Validitas

Valid tidaknya data dihitung dengan cara uji validitas. Daftar pertanyaan dinilai valid jika butir soal pada daftar pertanyaan bisa memaparkan pernyataan yang diukur oleh kusioner. Pengujian validitas dapat digunakan rumus korelasi produk momen:

$$r_{xy} = \frac{N \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{N \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{N \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

(Sugiyono, 2017:228)

Dimana:

r_{xy} = Koefisien korelasi antara x dan y

x = Tanggapan responden untuk setiap jawaban

y = Total tanggapan responden untuk sebuah jawaban

N = Jumlah sampel

$\sum xy$ = Jumlah perkalian antara skor X dan skor Y

$\sum x$ = Jumlah seluruh skor x

$\sum y$ = Jumlah seluruh skor y

$\sum x^2$ = Jumlah kuadrat skor x

$\sum y^2$ = Jumlah kuadrat skor y.

KRiteria pengujiannya adalah:

1. Valid, apabila $r_{hit} >$ nilai r_{tabel} di derajat bebas (db) n-2 dengan taraf signifikan 5%
2. Tidak valid, apabila $r_{hit} <$ nilai r_{tabel} di derajat bebas (db) n-2 dengan taraf signifikan 5%

3.8.2 Uji Reabilitas

Reabilitas dipakai agar mengetahui sejauh apa hasil pengukuran relatif stabil apabila pengujian dikerjakan lebih dari dua kali. *Cronbach Alpha* digunakan sebagai uji realibilitas dalam penelitian kali inidan memakai *skala likert*. Apabila butir soal ≥ 10 maka angka kritisnya ialah 0,33 sedangkan total butir soal < 10 adalah angka kritisnya ialah 0,20 selanjutnya dilakukan perbandingan dengan nilai Alpha. Berikut rumus *Cronbach Alpha*:

$$a = \frac{kr}{1 + (k - 1)r}$$

(Priyatno, 2010:97)

Keterangan :

a : Koefisien realibilitas

r : Koefisien variabel rata-rata

k : Jumlah independen variabel dalam persamaan

1 : Konstanta

Kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

1. Nilai alpha > angka kritis reliabel maka reliabel
2. Nilai alpha < angka kritis reliabel maka tidak reliabel

Uji validitas dan reabilitas memakai program SPSS versi 25.0 dalam mempermudah peroleh data.

3.9 Metode Analisis Data

Metode analisis data dipakai sebagai pengerjaan data yang hasilnya dapat dipertanggungjawabkan. Metode analisis yang dipakai meliputi:

3.9.1 Analisis Inferensial

Analisis inferensial ialah penjabaran yang dipakai pada pengujian hipotesis dengan memakai rumus statistik regresi linier sederhana. Beberapa bagian yang perlu dilakukan berupa:

1. Analisis Linier Regresi Sederhana

Analisis ini dipakai untuk melihat Pengaruh Kualitas Pelayanan (X) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y) Jasa PT.Kereta Api DAOP IX Jember. Model persamaan analisis regresi sederhana seperti dibawah ini:

Rumus:

$$Y = a + bX$$

(Sugiono, 2017:261)

Keterangan:

- a : Konstanta
- b : Koefisien regresi
- X : Kualitas pelayanan
- Y : Kepuasan konsumen

Persamaan garis regresi tersebut bisa dituntaskan dengan mengetahui koefisien a dan b:

$$a = \frac{\sum Y - b \sum X}{N}$$

$$b = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{n(\sum x^2) - (\sum x)^2}$$

Sebelum pengujian analisis regresi sederhana diperlukan untuk memprediksi variabel dependen (kriterium). Uji prasyarat digunakan terlebih dahulu untuk menguji garis regresi sederhana. Uji prasyarat untuk memahami terkumpulnya data apakah sudah memenuhi prasyarat supaya dapat atau tidaknya dianalisis. Uji prasyarat meliputi :

a. Uji Normalitas

Bertujuan mengetahui tingkat kenormalan dari model regresi variabel (X) dan variabel (Y). Uji *Kolmogorov-smirnov* dengan bantuan SPSS versi 25.0 yang pakai pada pengujian ini. Pengambilan probabilitas didasarkan pengambilan keputusan, apabila signifikansi $\geq 0,05$ maka data penelitian dinyatakan normal. Namun apabila signifikansi $\leq 0,05$ maka data penelitian dinyatakan tidak normal

b. Uji Linieritas

Pengujian linieritas untuk mengetahui variabel bebas apakah sudah bersifat linier atau belum maka dilakukan pengujian terlebih dahulu. Pengujian dilakukan dengan melihat hasil tabel Anova dengan nilai signifikan $< 0,05$ berarti data memenuhi asumsi linieritas, apabila signifikan $> 0,05$ bisa dikatakan belum menyempurnakan asumsi linieritas.

2. Uji Varian garis Regresi

Tingkat keterlibatan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pembelian. Dalam melakukan analisis dapat memakai rumus dibawah ini:

$$R_{xy} = \frac{\alpha \sum XY}{\sqrt{\sum X^2 Y^2}}$$

(Sugiyono, 2017:228)

Keterangan :

R_{xy} = Koefisien korelasi antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y)

α = Bilangan Koefisien prediktor (X)

$\sum XY$ = Total variabel X dengan variabel Y

$\sum X^2 Y^2$ = Total kuadrat variabel X dan variabel Y

Penilaian kuat atau tidaknya komponen variabel independen tersebut diketahui berdasarkan patokan dibawah ini :

Tabel 3.1Patokan Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi

No	Interval Koefisien	Kriteria
1.	<0,200	Sangat rendah
2.	0,200-0,399	Renda
3.	0,400-0,599	Cukup kuat
4.	0,600-0,799	Kuat
5.	0,800-1,00	Sangat kuat

Sumber: Sugiyono,2017:231

3. Uji F

Pada pengujian hipotesis uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel (X) kwaitas pelayanan terhadap variabel (Y) kepuasan konsumen Uji F dapat dilakukan memakai langkah-langkah seperti dibawah ini:

$$F = \frac{R^2/K}{(1-R^2)/(n-k-1)}$$

(Sugiyono,2017:235)

Ketrangan :

F = Pengujian secara simultan

R²= Koefisien determinasi

k = Banyaknya variabel bebas

n = Banyaknya sampel

kesimpulannya:

- a. Apabila $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, maka H_a diterimamaka dari itu pengaruh yang signifikan dari variabel X yaitu Kualitas Pelayanan terhadap variabel Y yaitu Kepuasan Konsumen Jasa PT.Kereta Api DAOP IX Jember

b. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima maka dari itu tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel X yaitu Kualitas Pelayanan terhadap variabel Y yaitu Kepuasan Konsumen Jasa PT. Kereta Api di DAOP IX Jember

4. Koefisien Determinasi (R^2)

Cara ini dilakukan untuk mengetahui besar kecilnya persentase bagian sumbangan antara Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa PT. Kereta Api di DAOP IX Jember. Rumus yang dipakai sebagai berikut:

$$R^2(1) \times 100\% = \dots\%$$

(Hadi, 2004:85)

5. *Standart error estimates*

Standart error estimates dipakai dengan maksud mencari tahu variasi nilai Y positif dari garis regresinya. Rumus yang dipakai seperti dibawah ini :

$$S_{y.x} = \sqrt{\frac{\sum(Y - Y_r)^2}{n - 2}}$$

(Hadi, 2004:45)

Keterangan :

Y = y aktual

Y_r = y prediksi

n = Jumlah

Peneliti menganalisis data yang diperoleh memakai bantuan program SPSS versi 25.0 untuk mendapat hasil yang tepat.

BAB 5. PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Hasilnya penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen PT. Kereta Api Indonesia Daerah Operasional IX Jember sebesar 83,7% selebihnya sebesar 16,3% dipengaruhi variabel lain seperti kualitas produk, harga, keadaan dan pribadi itu sendiri. Hasil penelitian menjelaskan bahwa kualitas pelayanan yang bagus dari PT. Kereta Api Indonesia Daerah Operasional IX Jember dapat menumbuhkan rasa puas dalam benak penumpang, sebaliknya konsumen akan merasa kecewa jika pelayanan yang diberikan oleh PT.KAI DAAOP IX tidak dapat memenuhi harapan konsumen akan menumbuhkan rasa kecewa dalam benak konsumen.

5.2 Saran

Peneliti hendak memberikan saran atas kesimpulan yang telah diambil pada penelitian ini:

1. Bagi pihak akademis, diharapkan dapat menyediakan literatur atau buku yang lebih banyak untuk dapat dijadikan sebagai acuan bagi peneliti dan tambahan teori untuk penelitian sejenis
2. Bagi peneliti lain, diharapkan penelitian serupa yang akan diteliti oleh peneliti lain mampu memberikan tambahan literatur seperti lokasi, harga, discount dan lain-lain yang lebih baik kedepannya.
3. Bagi pihak PT. Kereta Api Indonesia Daerah Operasional IX Jember, sebaiknya tetap meningkatkan pelayanan terutama dalam hal kelengkapan fasilitas dalam kereta api.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Alma, B. 2000. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Laksana, F. 2008. *Manajemen pemasaran : Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Priansa, D.J. 2017. *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta,cv
- Kotler, P dan Keller, K. 2009. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 jilid 1 (terj. Bob Sabran). Jakarta: Erlangga
- Kotler, P. 2000. *Manajemen Pemasaran di Indonesia Buku 2*. Jakarta: Salemba Empat
- Sangadji, E. M. dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta:ANDI
- Perter, J.P. Olson J.C 2014. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, edisi 9 jilid 2. Jakarta: Salemba Empat
- Lupiyoadi, R. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi pertama. Jakarta: Salemba Empat
- Lupiyoadi, R. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetisi*. Jakarta: Salemba Empat
- Lupiyoadi, R dan Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba:Empat
- Jasfar, F. 2012. *Teori dan Aplikasi 9 Kunci Keberhasilan Bisnis Jasa. Sdm, Inovasi, dan Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Salemba Empat
- Tjiptono, F. dan Dadi. 2008. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta:CV Andi Offset
- Tjiptono, F. 2007. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Tjiptono, F dan Chandra, G. 2011. *Service, Quality and Satisfaction*. Yogyakarta: CV.Andi Offset.
- Tjiptono, F. 2005. *Prinsip- Prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta: Andi Offset

Umar, H. 2003. *Riset Pemasaran dan perilaku Konsumen*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Umum

Rangkuti, F. 2002. *Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan & Analisis PLN-JP*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama

Skripsi:

Arindi, H.E. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Penumpang Kereta Api Ranggajati Express pada PT.Kereta Api Indonesia DAOP IX Jember. *Skripsi*. Jember: FKIP Universitas Negeri Jember.

Juliyanto. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada PT.Kereta Api Indonesia (PERSERO) Bandung (Survei pada Penumpang Kereta Api Ciremai Ekspres Jurusan Bandung-Cirebon). *Skripsi*. Bandung: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan

Putranto, T.A.W.A. 2016. Pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen, studi kasus pada Konsumen PT.Kereta Api Indonesia Daerah Operasional VI Yogyakarta. *Skripsi*. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma.

Wulandari A.A. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Transportasi Darat (studi kasus pada penumpang Kereta Api Prambanan Express Stasiun Tugu Yogyakarta). *Skripsi*. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma.

Internet

Laksono, A. 2015. *Pengertian Kepuasan Pelanggan dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya Menurut Para ahli*

<http://adityolaksono26.blogspot.com/2015/03/pengertian-kepuasan-pelanggan-dan.html>

<https://bisnis.tempo.co/read/1181167/4-tahun-terakhir-jumlah-penumpang-kereta-melonjak-145-juta-orang/full&view=ok>

<https://www.merdeka.com/uang/4-strategi-pt-kai-agar-tetap-bertahan-di-tengah-pandemi.html>



LAMPIRAN

Lampiran 1

MATRIKS PENELITIAN

JUDUL	PERMASALAHAN	VARIABEL	INDIKATOR	SUMBER DATA	METODE PENELITIAN	HIPOTESIS
Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa PT.Kereta Api Indonesia Daerah Operasional IX Jember	Ada pengaruh yang signifikan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa PT. Kereta Api Indonesia Daerah Operasional IX Jember	1. Variabel bebas (X) : Kualitas Pelayanan 2. Variabel terikat (Y) : Kepuasan Konsumen	1. Kualitas Pelayanan (X) a. Bukti fisik b. Keandalan c. Daya tanggap d. Jaminan e. Empati 2. Kepuasan Pelanggan (Y) a. Melakukan pembelian Ulang. b. Merekomendasi kan kepada	1. Data primer : Data yang diperoleh dari responden melalui pengisian kuisisioner oleh penumpang kereta. 2. Sekunder: Data yang diperoleh secara tidak langsung dari dokumen maupun sumber lainnya. Data sekunder dalam penelitian ini berupa literatur pustaka dan	1. Jenis penelitian : Kuantitatif Korelasional 2. Metode pengumpulan data : a. angket b. Observasi c. Dokumentasi 3. Uji Instrumen : Uji Validitas $r_{xy} = \frac{N \sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{n \sum X^2 - \sum X^2} \sqrt{n \sum Y^2 - \sum Y^2}}$ Uji Reliabilitas	ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen PT.Kereta Api Indonesia Daerah Operasional IX Jember

			orang lain	data-data instansi terkait.	$\alpha = \frac{kr}{1 + (k - r)r}$ <p>4. Analisis Data</p> <p>a. Analisis Deskriptif</p> <p>b. Analisis inferensial</p> <p>Regresi Linear sederhana:</p> $\hat{Y} = a + bX$ <p>Varian Garis Regresi :</p> $Ry = \sqrt{\frac{a \sum xy}{\sum y^2}}$ <p>Uji F :</p> $F_{hit} = \frac{R^2/K}{(1-R^2)/(n-k-1)}$ <p>Efektivitas Garis Regresi : $R^2 (1) \times 100\% =$%</p> <p>Standart Error of Estimate:</p> $S_{y.x} = \sqrt{\frac{\sum(Y - Y_r)^2}{n-2}}$	
--	--	--	------------	--------------------------------	---	--

Lampiran 2

Tuntunan Penelitian

1. Tuntunan Kuesioner

No.	Data yang diambil	Sumber data
1	Paparan Kualitas Pelayanan yang meliputi : 1. Keandalan (<i>Reability</i>) 2. Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>) 3. Jaminan (<i>Assurance</i>) 4. Empati (<i>Emphaty</i>) 5. Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>)	Responden
	Kepuasan Konsumen Jasa PT.KAI DAOP IX Jember sebagai berikut : 1. Pembelian Ulang 2. Merekomendasikan dari mulut ke mulut	Responden

2. Tuntunan Observasi

No.	Data yang diambil	Sumber data
1.	Gambaran umum objek yang diteliti yang meliputi kondisi pelayanan di PT.KAI DAOP IX Jember.	Responden

3. Tuntunan Wawancara

No.	Data yang diambil	Sumber data
1.	Menanyakan Kepuasan Konsumen terhadap Pelayanan yang diberikan oleh PT.KAI DAOP IX Jember	Responden

Lampiran 3

KERANGKA KUISIONER

No.	Variabel	Indikator	Butir pertanyaan	Jumlah soal	Skala
1.	Kualitas Pelayanan	1. Keandalan <i>(Reability)</i> 2. Daya Tanggap <i>(Responsiveness)</i> 3. Jaminan <i>(Assurance)</i> 4. Empati <i>(Emphaty)</i> 5. Bukti Fisik <i>(Tangibles)</i>	1 & 2 1 & 2 1 & 2 1 & 2 1 & 2	10	Likert
2.	Kepuasan Konsumen	1. Pembelian Ulang 2. Rekomendasi dari Mulut ke Mulut	1 & 2 1 & 2	4	Likert

Lampiran 4

Kuisisioner Penelitian

A. Petunjuk pengisian kuisisioner

Untuk menjawab pertanyaan dibawah ini mohon Bapak/Ibu/Saudara menjawab dengan sejujurnya dengan cara sebagai berikut:

1. Isilah identitas Bapak/Ibu/Saudara dengan lengkap
2. Bacalah pertanyaan dibawah ini dengan cermat
3. Isilah pertanyaan-pertanyaan dibawah ini dengan memberikan tanda (X) pada salah satu alternatif jawaban.

B. Identitas Responden

Isilah data diri Bapak/Ibu/Saudara :

1. Nama :
2. Alamat :
3. Umur :
4. Jenis kelamin : () Laki-Laki () Perempuan
5. Pekerjaan :

Daftar pertanyaan

1. Kualitas Pelayanan (X)

A. Keandalan (*Reliability*)

1. Bagaimana kesiapan petugas PT.KAI DAOP IX Jember dalam melayani anda sebagai konsumen/penumpang?
 - a. Sangat siap, Karena setiap petugas stasiun dan petugas kereta selalu melayani sesuai dengan kebutuhan dan keluhan konsumen.
 - b. Cukup Siap, karena petugas stasiun dan petugas kereta tidak selalu sedia melayani sesuai dengan kebutuhan dan keluhan konsumen.

- c. Kurang Siap, karena petugas stasiun dan petugas kereta kurang siap melayani konsumen.
2. Bagaimana pendapat anda mengenai jadwal keberangkatan Kereta Api yang beroperasi di Stasiun Jember?
 - a. Sangat tepat waktu, karena kereta api yang beroperasi di Stasiun Jember sesuai dengan jadwal keberangkatan
 - b. Cukup tepat waktu, karena kereta api terkadang mengalami keterlambatan sekitar 2-3 menit.
 - c. kurang tepat waktu, karena kereta api sering mengalami keterlambatan sekitar 3-5 menit.

B. Daya Tanggap (*responsiveness*)

1. Bagaimana sikap petugas Kereta Api menanggapi keluhan anda terkait pelayanan PT.KAI DAOP IX Jember?
 - a. Sangattanggap, karena petugas stasiun dan kereta api cepat dan tanggap dalam melayani keluhan konsumen
 - b. Cukup tanggap, karena ada beberapa petugas stasiun dan kereta api yang kurang cepat dalam merespon keluhan konsumen walaupun mereka cukup tanggap.
 - c. Kurang tanggap, karena banyakpetugas stasiun dan kereta api kurang cepat dan kurang tanggap dalam merespon keluhan konsumen
2. Bagaimana PT.KAI DAOP IX Jember menyikapi keluhan anda saat meminta bantuan terkait pelayanan yang diberikan?
 - a. Sangat membantu, petugas segera membantu, mengarahkan dan menangani keluhan konsumen.
 - b. Cukup Membantu, petugas membantu namun kurang merespon dengan cepat apa keluhan konsumen.
 - c. Kurang membantu, petugas hanya menanggapi keluhan saja tanpa ada tindakan.

C. Jaminan (*Assurance*)

1. Bagaimana pendapat anda mengenai Jaminankeamanan dalam pengembalian tiket dan keamanan membawa barang dalam kereta yang diberikan oleh PT.KAI DAOP IX Jember?
 - a. Sangat menjamin, karena petugas selalu mengingatkan barang bawaan penumpang dan pihak stasiun mengembalikan uang tiket jika terjadi pembatalan keberangkatan.
 - b. Cukupmenjamin, karena petugastidak selalu mengingatkan barang penumpangserta uang tiket hanya kembali 75% jika terjadi pembatalan.
 - c. Kurang menjamin, karena petugas tidak mengingatkan barang. bawaan penumpang dan tidak mengembalikan uang penumpang jika terjadi pembatalan keberangkatan.
2. Bagaimanapendapat anda mengenai kemampuan, kesopanan dan pengetahuan yang dimiliki oleh petugas selama perjalanan?
 - a. Sangat meyakinkan, karena petugas memiliki kemampuan, pengetahuan yang baik serta sopan dalam melayani konsumen.
 - b. Cukup Meyakinkan, karena ada beberapa petugas yang kurang memiliki pengetahuan dalam melayani konsumen.
 - c. Kurang Meyakinkan, karena banyak dari petugas kurang baik dalam melayani penumpang, kurang sopan, kurang memiliki pengetahuan dan sering membuat kesalahan dalam melayani penumpang.

D. Kepedulian (*Emphaty*)

1. Bagaimanakah pendapat anda mengenai pelayanan PT.KAI DAOP IX Jember terkait dengan kepedulian terhadap penumpang?

- a. Sangat peduli, karena petugas stasiun dan petugas kereta api selalu bersikap ramah, sopan santun dan sabar dalam melayani penumpang tanpa membedakan penumpang
 - b. Cukup peduli, petugas stasiun dan petugas kereta cukup ramah, cukup sopan santun, dan cukup sabar dalam melayani penumpang yang membutuhkan bantuan lebih (keterbatasan fisik) saja.
 - c. Kurang peduli, karena petugas stasiun dan petugas kereta kurang ramah, kurang sopan santun, kurang sabar dan membedakan dalam melayani penumpang
2. Bagaimana PT.KAI DAOP IX Jember memenuhi kebutuhan penumpang terkait dengan makanan dan minuman serta bantal untuk beristirahat selama didalam perjalanan?
- a. Sangat terpenuhi, petugas selalu memenuhi kebutuhan penumpang seperti berkeliling menawarkan makanan dan minuman dalam kereta dan sewa bantal tidur tanpa harus mencari.
 - b. Cukup Terpenuhi, kebutuhan penumpang telah disediakan dalam gerbong khusus, namun tidak ada petugas kereta yang berkeliling menawarkan
 - c. Kurang terpenuhi, kebutuhan penumpang terkait dengan makanan dan minuman serta bantal untuk beristirahat di dalam kereta kurang memadai.

E. Bukti Fisik (Tangibles)

1. Bagaimanakah pendapat anda mengenai fasilitas yang disediakan oleh PT.KAI DAOP IX Jember?
 - a. Sangat nyaman, Karena fasilitasnya sangat memadai dan berfungsi dengan baik seperti pendingin ruangan, toilet, tempat duduk, handsanitizer, tempat duduk yang empuk di dalam kereta dsb.

- b. Cukup nyaman, karena fasilitasnya cukup memadai seperti pendingin ruangan, toilet, dan tempat duduk.
 - c. Kurang nyaman, karena fasilitas Stasiun Jember kurang memadai seperti ada beberapa pendingin ruangan yang kurang berfungsi dengan baik dan tempat duduk yang keras.
2. Bagaimanakah pendapat anda mengenai kebersihan di dalam KA?
- a. Sangat Bersih, secara keseluruhan KA yang beroperasi selalu bersih dan rapi serta tersedianya tempat sampah dan toilet yang bersih dan tidak bau.
 - b. Cukup Bersih, KA yang beroperasi cukup bersih namun masih terdapat sampah di beberapa sudut dan toilet yang kurang bersih di salah satu gerbong.
 - c. Kurang Bersih, KA yang beroperasi kurang bersih dan kurang rapi, masih banyak sampah yang tidak dibersihkan di dalam KA dan kondisi toilet yang bau.
2. Kepuasan konsumen (Y)
- A. Pembelian Ulang
1. Seberapa sering bapak/ibu menggunakan jasa angkutan kereta Api di PT.KAI DAOP IX Jember?
 - a. Sangat sering, saya melakukan pembelian lebih dari 5 kali dalam 1 bulan
 - b. Cukup sering, saya melakukan pembelian kurang dari 5 kali dalam 1 bulan
 - c. Jarang, karena saya jarang melakukan pembelian tiket lagi
 2. Setelah anda menggunakan KA dan menikmati layanan yang diberikan, apakah anda akan menggunakan jasa angkutan Kereta Api di DAOP IX Jember pada perjalanan anda selanjutnya?
 - a. Saya akan terus menggunakan jasa angkutan Kereta Api

- b. Hanya jika kondisi tertentu saja saya menggunakan angkutan kereta api.
- c. Saya akan beralih menggunakan jasa angkutan yang lain

B. Rekomendasi dari mulut ke mulut

1. Bagaimana upaya anda dalam merekomendasikan kepada konsumen lain untuk menggunakan jasa angkutan kereta api di DAOP IX Jember?
 - a. Saya akan merekomendasikan langsung kepada teman maupun saudara serta saya juga akan merekomendasikan melalui media sosial.
 - b. Saya akan merekomendasikan secara langsung saja tanpa melalui media sosial
 - c. Hanya jika ada yang bertanya saja saya akan merekomendasikan menggunakan jasa kereta api.
2. Setelah menggunakan jasa kereta Api bagaimana anda memberitahu kepada orang lain tentang pelayanan di PT.KAI DAOP IX Jember?
 - a. Saya akan selalumengatakan hal positif tentang pelayanan Kereta Api di DAOP IX Jember kepada orang lain.
 - b. Saya terkadang mengatakan hal positif tentang pelayanan Kereta Api di DAOP IX Jember kepada orang lain
 - c. Saya jarang mengatakan hal positif tentang pelayanan Kereta Api di DAOP IX Jember kepada orang lain.

Lampiran 5

TUNTUNAN WAWANCARA

Wawancara ini dibuat untuk menggali lebih dalam informasi kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen jasa PT.Kereta Api DAOP IX Jember. Jenis wawancara yang digunakan adalah wawancara terstruktur dimana peneliti telah menyiapkan beberapa pertanyaan yang akan di ajukan kepada responden. Adapun pertanyaannya sebagai berikut:

1. Bapak sudah berapa kali naik kereta api yang beroperasi di DAOP IX Jember?
2. Bagaimana menurut bapak mengenai kualitas pelayanan di PT.KAI DAOP IX Jember secara keseluruhan?
3. Menurut bapak setiap petugas disini apakah sudah handal dalam bertugas?
4. Bagaimana pendapat bapak mengenai ketepatan waktu perjalanan kereta?
5. Bagaimana pendapat bapak mengenai jaminan yang diberikan?
6. Lalu bagaimana pendapat anda mengenai kinerja petugas di DAOP IX Jember?
7. Apakah bapak akan menggunakan kereta kembali di perjalanan selanjutnya?
8. Lalu apakah bapak bersedia merekomendasikan kereta api sebagai sarana transportasi yang baik kepada orang lain?
9. Apakah dengan adanya pelayanan yang baik dapat mempengaruhi tingkat kepuasan anda dengan menggunakan jasa PT.KAI DAOP IX Jember?

Beberapa point pertanyaan di atas dapat berubah sesuai dengan jawaban yang diperoleh disaat melakukan wawancara bersama responden. Tentunya dengan kriteria pertanyaan yang tidak menyimpang jauh dari pembahasan kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.

Lampiran 6**TRANSKIP WAWANCARA**

Berikut merupakan hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan salah satu penumpang di PT.KAI DAOP IX Jember yang menjadi responden dalam penelitian ini.

Peneliti : Permissi pak, mohon maaf mengganggu waktunya, saya Rohmat Wahid Arrasy mahasiswa pendidikan ekonomi UNEJ sedang melakukan penelitian. Apakah bapak bersedia saya wawancarai mengenai kualitas pelayanan di PT.KAI DAOP IX Jember?

Responden : ya, saya bersedia.

Peneliti : Maaf ini dengan bapak siapa yaa namanya?

Responden : Nama saya Prasetyo Yulianto Pratama

Peneliti : Baik bapak, pertanyaan pertama. Bapak sudah berapa kali naik kereta api yang beroperasi di DAOP IX Jember?

Responden : Saya sering sekali yaa menggunakan Kereta untuk pulang kampung, kira-kira 1bulan 2-3x menggunakan kereta.

Peneliti : Bagaimana menurut bapak mengenai kualitas pelayanan di PT.KAI DAOP IX Jember secara keseluruhan.

Responden : Menurut saya sih pelayanannya sudah sangat baik yaa, saya tidak pernah mengeluhkan sesuatu mengenai pelayanan dan fasilitas yang diberikan. Namun pelayanan dan fasilitas menurut saya harus tetap di optimalkan.

Peneliti : Menurut bapak setiap petugas disini apakah sudah handal dalam bertugas?

Responden : Ya, setiap petugas selalu melayani konsumen dengan baik.

Peneliti : Bagaimana pendapat bapak mengenai ketepatan waktu perjalanan kereta?

Responden : Menurut saya sudah baik. Memang mungkin tidak pada waktu pukul yang tepat sesuai dengan tiket. Paling-paling yaa terlambat 2 menit - 5 menit lah paling lama

Peneliti : Bagaimana pendapat bapak mengenai jaminan yang diberikan?

Responden : Menurut saya naik kereta di jaman sekarang itu sudah cukup menjamin dari jaman dulu mas, kalau dulu banyak pedagang yang ikut masuk.saya juga pernah menemui adanya penumpang gelap yang tidak punya tiket. Kalau sekarang kan sudah tidak gitu lagi mas. Udah cukup aman lah menurut saya, di dalam kereta sudah ada cctv tiap gerbong.

Peneliti : Lalu bagaimana pendapat anda mengenai kinerja petugas di DAOP IX Jember?

Responden : Baik sih, mereka berpenampilan sopan dan rapi, ganteng dan cantik juga. Mereka juga bersikap ramah dan peduli, baik di dalam maupun diluar gerbong kereta.

Peneliti : Apakah bapak akan menggunakan kereta kembali di perjalanan selanjutnya?

Responden : Oh iya mas, selain lebih murah dan nyaman saya memang suka menggunakan kereta daripada harus naik kendaraan lain.

Peneliti : Lalu apakah bapak bersedia merekomendasikan kereta api sebagai sarana transportasi yang baik kepada orang lain?

Responden : Ya, saya selalu mengajak keluarga saya dan teman kerja saya untuk menggunakan kereta api daripada transportasi yang lain, sekalipun kereta yang saya gunakan itu kelas yang eksekutif yang tentunya lebih mahal dari yang ekonomi. Tapi, karena memang saya suka naik kereta yaa saya akan tetap menggunakannya.

Peneliti : Apakah dengan adanya pelayanan yang baik dapat mempengaruhi tingkat kepuasan anda dengan menggunakan jasa PT.KAI DAOP IX Jember?

Responden : Tentu saja mas sangat mempengaruhi, kalo pelayanan yang diberikan memuaskan tentu saja saya merasa sangat puas, apalagi sekarang naik kereta api jauh lebih nyaman dan aman mas, seperti dapat memesan tempat duduk, ruangan ber AC, kamar mandi bersih, serta pegawainya juga ramah-ramah mas. Jadi saya jika

bepergian lebih sering menggunakan kereta api daripada bis atau kendaraan pribadi.

Peneliti : Baik bapak, saya rasa cukup. Terimakasih bapak telah meluangkan waktu bapak untuk saya wawancarai

Responden : Sama-sama mas.



Lampiran 7

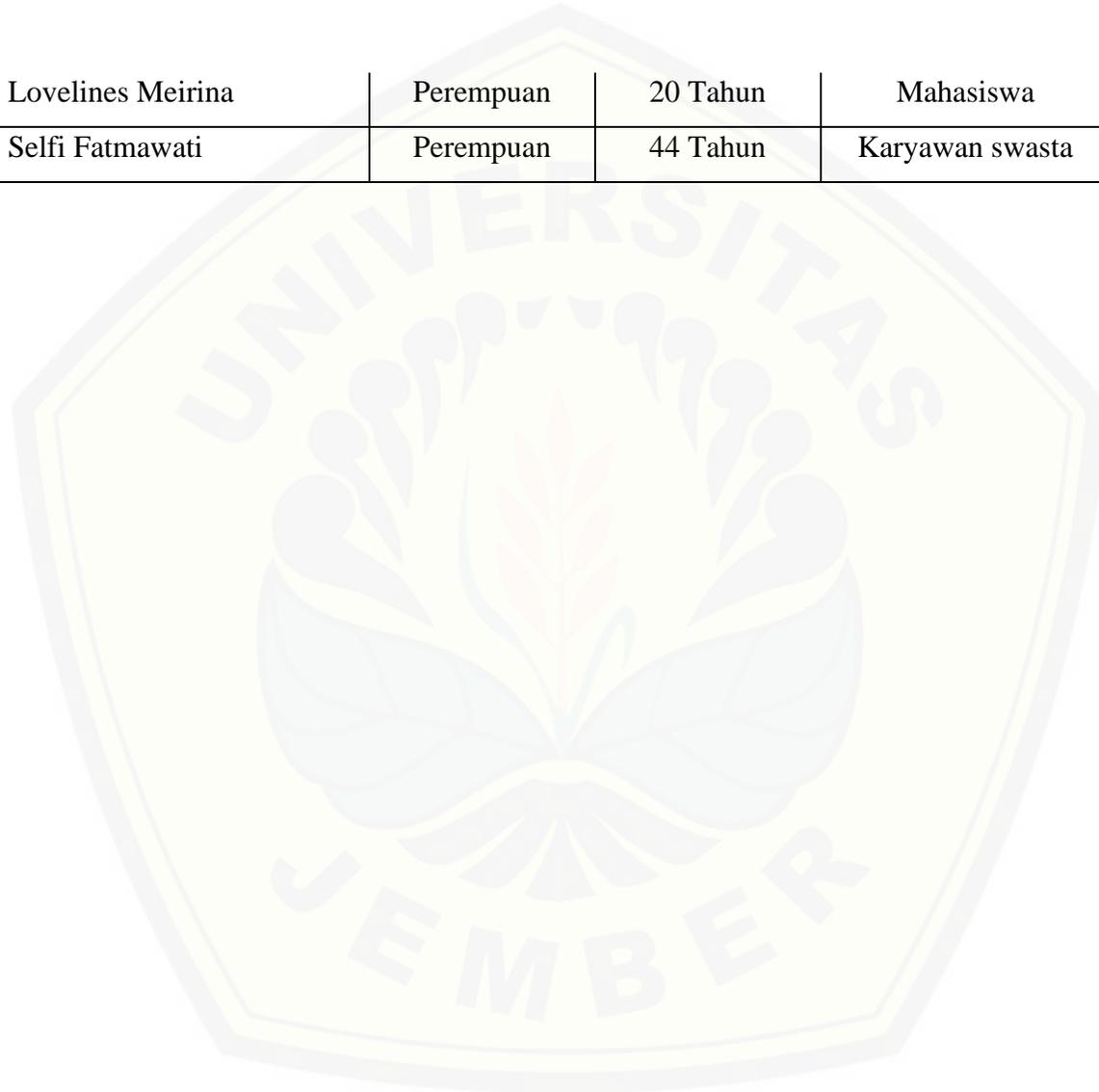
DAFTAR RESPONDEN PENELITIAN

Timestamp	Nama	Janis Kelamin	Usia	Pekerjaan	Jenis kereta yang dinaiki saat ini
9/17/2020 19:42:12	Rohmat walid assery	Laki-Laki	30 Tahun	Belum bekerja	KA. Pandanwangi
9/17/2020 19:42:56	Putri	Perempuan	33 Tahun	Tentor Les	KA. Logawa
9/17/2020 19:45:12	Hendra Wicaksono	Laki-Laki	40 Tahun	PNS	KA. Wijayakusuma
9/17/2020 19:50:39	Rae Dirga Reksa	Laki-Laki	20 Tahun	Mahasiswa	KA. Pandanwangi
9/17/2020 19:56:11	Wardatul Hasanah	Perempuan	50 Tahun	Guru	KA. Pandanwangi
9/17/2020 19:58:02	Salsabila Firdaus	Perempuan	36 Tahun	Guru	KA. Pandanwangi
9/17/2020 20:00:07	Hartoni	Laki-Laki	20 Tahun	Mahasiswa	KA. Probowangi
9/17/2020 20:00:49	Zofindri Imadia Andini	Perempuan	35 Tahun	Guru	KA. Pandanwangi
9/17/2020 20:01:23	Septian Kusuma Wardhana	Perempuan	41 Tahun	Wiraswasta	KA. Tawang Alun
9/17/2020 20:08:13	Iftitah Dian Humayro	Perempuan	33 Tahun	Guru	KA. Logawa
9/17/2020 20:09:08	Mulyanto	Laki-Laki	42 Tahun	PNS	KA. Sritanjung
9/17/2020 20:11:04	Ribut Handika	Laki-Laki	44 Tahun	Karyawan swasta	KA. Wijayakusuma
9/17/2020 20:14:58	Khoirul Huda	Laki-Laki	42 Tahun	Wiraswasta	KA. Probowangi
9/17/2020 20:22:37	Fajrin	Laki-Laki	46 Tahun	Wiraswasta	KA. Logawa

9/17/2020 20:24:37	Mohammad Sholehuddin	Laki-Laki	42 Tahun	Wiraswasta	KA. Probowangi
9/17/2020 20:31:02	Triorama	Laki-Laki	20 Tahun	Mahasiswa	KA. Tawang Alun
9/17/2020 20:51:36	Joseph	Laki-Laki	22 Tahun	Mahasiswa	KA. Mutiara Timur
9/17/2020 21:02:50	satrio prihasmoro	Laki-Laki	44 Tahun	Swasta	KA. Probowangi
9/17/2020 21:04:26	Yoga	Laki-Laki	48 Tahun	Petani	KA. Tawang Alun
9/17/2020 21:48:23	Syaiful Hidayat	Laki-Laki	39 Tahun	Pegawai Bank	KA. Pandanwangi
9/17/2020 22:27:24	Miptah Faturochmansyah	Laki-Laki	40 Tahun	Karyawan Swasta	KA. Pandanwangi
9/17/2020 22:33:13	Tiara Margareta	Perempuan	36 Tahun	Ibu Rumah Tangga	KA. Tawang Alun
9/17/2020 23:08:19	Irsyad	Laki-Laki	20 Tahun	Mahasiswa	KA. Pandanwangi
9/17/2020 23:12:44	Dimas putra mahendra	Laki-Laki	21 Tahun	Mahasiswa	KA. Pandanwangi
9/17/2020 23:19:49	Syafa Ainur R	Perempuan	33 Tahun	Pegawai Pajak	KA. Mutiara Timur
9/18/2020 5:22:45	Devi Nurmala Sari, S.Tr.Kes	Perempuan	34 Tahun	Perekam medis	KA. Probowangi
9/18/2020 8:26:11	Zidna Qurrota Aini	Perempuan	32 Tahun	Guru	KA. Pandanwangi
9/18/2020 10:23:39	Bayu Doly Maulana	Laki-Laki	36 Tahun	Wiraswasta	KA. Pandanwangi
9/18/2020 10:26:16	Ghandy	Laki-Laki	20 Tahun	Mahasiswa	KA. Pandanwangi
9/18/2020 12:43:58	Aulia Rahmatika NA Lukman	Perempuan	35 Tahun	ASN	KA. Wijayakusuma

9/18/2020 12:48:47	Dwi Retno A	Perempuan	41 Tahun	Wiraswasta	KA. Sritanjung
9/18/2020 13:28:59	Reni aprilia agustin	Perempuan	20 Tahun	Mahasiswa	KA. Sritanjung
9/18/2020 13:54:47	Prasetyo Yulianto Pratama	Laki-Laki	38 Tahun	Guru	KA. Mutiara Timur
9/18/2020 14:35:34	Mukhammad Amar Ma'ruf	Laki-Laki	42 Tahun	Wiraswasta	KA. Probwangi
9/18/2020 18:06:19	nelly candra agustin	Perempuan	40 Tahun	Guru	KA. Pandanwangi
9/20/2020 19:54:49	Anindy karin	Perempuan	44 Tahun	Wiraswasta	KA. Pandanwangi
9/21/2020 14:24:43	Rizqy Eka Amalia	Perempuan	36 Tahun	Pegawai Bank	KA. Pandanwangi
9/22/2020 4:22:19	Wahda	Perempuan	40 Tahun	Guru	KA. Sritanjung
9/22/2020 12:20:19	Rizal Aminul Muslim	Laki-Laki	22 Tahun	Mahasiswa	KA. Pandanwangi
9/22/2020 21:10:46	Ayunda Rachmawati	Perempuan	20 Tahun	Mahasiswa	KA. Probwangi
9/22/2020 21:13:37	Afina Fakhira Shofiana	Perempuan	21 Tahun	Mahasiswa	KA. Tawang Alun
9/22/2020 21:14:37	Riska Setiawati	Perempuan	24 Tahun	Mahasiswa	KA. Pandanwangi
9/22/2020 21:23:58	Velia nurul hidayah	Perempuan	22 Tahun	Mahasiswa	KA. Wijayakusuma
9/22/2020 21:32:21	Ahmad Jaenuri	Laki-Laki	20 Tahun	Mahasiswa	KA. Sritanjung
9/22/2020 21:46:34	Rkyan Eza	Laki-Laki	23 Tahun	Mahasiswa	KA. Pandanwangi
9/22/2020 21:48:48	Dinda Andreanti	Perempuan	20 Tahun	Mahasiswa	KA. Pandanwangi
9/22/2020 21:49:10	Firman	Laki-Laki	21 Tahun	Mahasiswa	KA. Wijayakusuma
9/23/2020 4:39:02	Eka Pransiska	Perempuan	22 Tahun	Mahasiswa	KA. Sritanjung

9/23/2020 6:25:44	Lovelines Meirina	Perempuan	20 Tahun	Mahasiswa	KA. Probowangi
9/23/2020 9:32:53	Selfi Fatmawati	Perempuan	44 Tahun	Karyawan swasta	KA. Wijayakusuma



Lampiran 8

HASIL ANGGKET UNTUK UJI INSTRUMEN 1 (Try Out)

No.	Kualitas Pelayanan (X)										Jumlah	Kepuasan Konsumen (Y)				Jumlah
1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3	3	3	3	12
2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	28	2	3	3	3	11
3	2	2	2	3	3	2	3	2	2	2	23	2	3	3	3	11
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3	3	3	3	12
5	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	27	1	3	2	3	9
6	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	2	3	3	3	11
7	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3	3	3	3	12
8	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	2	3	3	3	11
9	1	3	1	2	2	2	2	1	3	1	18	2	2	2	2	8
10	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	24	1	3	3	3	10
11	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	27	1	3	3	3	10
12	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	21	1	3	2	3	9
13	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	27	2	2	3	3	10
14	2	2	2	3	1	3	3	2	2	2	22	2	2	2	2	8
15	2	3	2	3	3	3	3	2	3	2	26	2	3	2	3	10
16	2	1	2	1	2	2	1	2	1	2	16	2	1	2	1	6
17	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	29	2	3	2	2	9
18	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3	3	3	3	12
19	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3	3	3	3	12
20	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	28	3	3	3	3	12

21	1	2	1	2	2	2	2	1	2	1	16	2	2	2	1	7
22	2	3	2	2	3	2	3	2	3	2	24	2	2	3	2	9
23	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	21	2	2	2	2	8
24	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	26	1	3	3	3	10
25	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	22	2	1	2	2	7
Jumlah	62	61	62	68	67	63	67	62	61	62	635	51	65	65	65	246

VALIDITAS KUALITAS PELAYANAN (X)

		Correlations						
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7
X1.1	Pearson Correlation	1	,298	1,000**	,631**	,440*	,470*	,440*
	Sig. (2-tailed)		,149	,000	,001	,028	,018	,028
	N	25	25	25	25	25	25	25
X1.2	Pearson Correlation	,298	1	,298	,406*	,323	,320	,452*
	Sig. (2-tailed)	,149		,149	,044	,115	,119	,023
	N	25	25	25	25	25	25	25
X1.3	Pearson Correlation	1,000**	,298	1	,631**	,440*	,470*	,440*
	Sig. (2-tailed)	,000	,149		,001	,028	,018	,028
	N	25	25	25	25	25	25	25
X1.4	Pearson Correlation	,631**	,406*	,631**	1	,381	,549**	,658**
	Sig. (2-tailed)	,001	,044	,001		,060	,004	,000
	N	25	25	25	25	25	25	25
X1.5	Pearson Correlation	,440*	,323	,440*	,381	1	,170	,462*
	Sig. (2-tailed)	,028	,115	,028	,060		,416	,020
	N	25	25	25	25	25	25	25
X1.6	Pearson Correlation	,470*	,320	,470*	,549**	,170	1	,464*
	Sig. (2-tailed)	,018	,119	,018	,004	,416		,020

	N	25	25	25	25	25	25	25
X1.7	Pearson Correlation	,440*	,452*	,440*	,658**	,462*	,464*	1
	Sig. (2-tailed)	,028	,023	,028	,000	,020	,020	
	N	25	25	25	25	25	25	25
X1.8	Pearson Correlation	1,000**	,298	1,000**	,631**	,440*	,470*	,440*
	Sig. (2-tailed)	,000	,149	,000	,001	,028	,018	,028
	N	25	25	25	25	25	25	25
X1.9	Pearson Correlation	,298	1,000**	,298	,406*	,323	,320	,452*
	Sig. (2-tailed)	,149	,000	,149	,044	,115	,119	,023
	N	25	25	25	25	25	25	25
X1.10	Pearson Correlation	1,000**	,298	1,000**	,631**	,440*	,470*	,440*
	Sig. (2-tailed)	,000	,149	,000	,001	,028	,018	,028
	N	25	25	25	25	25	25	25
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	,896**	,613**	,896**	,783**	,585**	,614**	,685**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,000	,000	,002	,001	,000
	N	25	25	25	25	25	25	25

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

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

Lanjutan

		Correlations			
		X1.8	X1.9	X1.10	Kualitas Pelayanan
X1.1	Pearson Correlation	1,000**	,298	1,000**	,896**
	Sig. (2-tailed)	,000	,149	,000	,000
	N	25	25	25	25
X1.2	Pearson Correlation	,298	1,000**	,298	,613**
	Sig. (2-tailed)	,149	,000	,149	,001
	N	25	25	25	25
X1.3	Pearson Correlation	1,000**	,298	1,000**	,896**
	Sig. (2-tailed)	,000	,149	,000	,000
	N	25	25	25	25

X1.4	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,631** ,001 25	,406* ,044 25	,631** ,001 25	,783** ,000 25
X1.5	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,440* ,028 25	,323 ,115 25	,440* ,028 25	,585** ,002 25
X1.6	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,470* ,018 25	,320 ,119 25	,470* ,018 25	,614** ,001 25
X1.7	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,440* ,028 25	,452* ,023 25	,440* ,028 25	,685** ,000 25
X1.8	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	1 25	,298 ,149 25	1,000** ,000 25	,896** ,000 25
X1.9	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,298 ,149 25	1 25	,298 ,149 25	,613** ,001 25
X1.10	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	1,000** ,000 25	,298 ,149 25	1 25	,896** ,000 25
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,896** ,000 25	,613** ,001 25	,896** ,000 25	1 25

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

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

VALIDITAS KEPUASAN KONSUMEN (Y)

Correlations

		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Kepuasan Konsumen
Y1.1	Pearson Correlation	1	,038	,296	,038	,486*
	Sig. (2-tailed)		,856	,151	,856	,014
	N	25	25	25	25	25
Y1.2	Pearson Correlation	,038	1	,516**	,800**	,805**
	Sig. (2-tailed)	,856		,008	,000	,000
	N	25	25	25	25	25
Y1.3	Pearson Correlation	,296	,516**	1	,645**	,808**
	Sig. (2-tailed)	,151	,008		,000	,000
	N	25	25	25	25	25
Y1.4	Pearson Correlation	,038	,800**	,645**	1	,841**
	Sig. (2-tailed)	,856	,000	,000		,000
	N	25	25	25	25	25
Kepuasan Konsumen	Pearson Correlation	,486*	,805**	,808**	,841**	1
	Sig. (2-tailed)	,014	,000	,000	,000	
	N	25	25	25	25	25

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

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

UJI RELIABILITAS KUALITAS PELAYANAN (X)**Reliability****Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,916	10

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	22,9200	15,410	,861	,896
X1.2	22,9600	17,373	,522	,916
X1.3	22,9200	15,410	,861	,896
X1.4	22,6800	16,727	,729	,905
X1.5	22,7200	17,627	,495	,918
X1.6	22,8800	17,693	,535	,915
X1.7	22,7200	17,127	,610	,912
X1.8	22,9200	15,410	,861	,896
X1.9	22,9600	17,373	,522	,916
X1.10	22,9200	15,410	,861	,896

UJI RELIABILITAS KEPUASAN KONSUMEN (Y)**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,696	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1.1	7,8000	2,500	,325	,850
Y1.2	7,2400	1,773	,601	,550
Y1.3	7,2400	2,023	,668	,544
Y1.4	7,2400	1,690	,665	,503



Lampiran 9

HASIL ANGKET VARIABEL KUALITAS PELAYANAN (X)

No.	Kualitas Pelayanan (X)										Jumlah
1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	29
3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	27
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
5	2	3	2	3	3	2	3	2	2	3	25
6	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	28
7	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
8	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	28
9	3	3	3	2	2	2	2	2	3	1	23
10	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	27
11	3	3	2	3	2	2	2	3	3	3	26
12	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	24
13	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	28
14	2	1	2	3	1	3	3	2	2	2	21
15	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	27

16	3	3	3	1	2	2	1	3	1	2	21
17	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	28
18	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
19	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
20	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	29
21	3	3	2	2	2	2	2	2	2	1	21
22	3	2	2	2	3	2	3	2	3	2	24
23	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	22
24	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	27
25	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	25
26	3	3	2	3	3	3	2	3	2	2	26
27	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	22
28	2	3	2	3	2	2	2	3	2	3	24
29	1	2	3	2	3	3	2	3	2	1	22
30	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	29
31	3	2	2	2	2	2	3	2	3	2	23
32	3	3	3	2	2	2	1	3	1	2	22
33	3	2	2	3	2	2	2	2	3	2	23

34	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	26
35	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	29
36	3	3	2	3	3	2	1	1	2	3	23
37	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	29
38	1	3	2	3	2	3	2	3	3	2	24
39	3	2	3	3	3	2	2	2	3	3	26
40	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	21
41	3	2	3	2	2	2	3	3	1	2	23
42	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	26
43	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	22
44	3	3	2	3	2	2	2	3	3	2	25
45	2	2	2	2	2	2	1	2	2	3	20
46	3	2	2	2	3	2	3	2	3	3	25
47	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	22
48	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	27
49	3	2	2	2	3	1	2	3	3	2	23
50	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	24
Jumlah	136	132	127	132	127	122	126	124	119	121	1266

Lampiran 10

HASIL ANGKET VARIABEL KEPUASAN KONSUMEN (Y)

No.	Kepuasan Konsumen (Y)				Jumlah
1	3	3	3	3	12
2	2	3	3	3	11
3	2	3	3	3	11
4	3	3	3	3	12
5	1	3	2	3	9
6	2	3	3	3	11
7	3	3	3	3	12
8	2	3	3	3	11
9	2	2	2	2	8
10	1	3	3	3	10
11	1	3	3	3	10
12	1	3	2	3	9
13	2	2	3	3	10
14	2	2	2	2	8
15	2	3	2	3	10
16	2	1	2	1	6
17	2	3	2	2	9
18	3	3	3	3	12
19	3	3	3	3	12
20	3	3	3	3	12
21	2	2	2	1	7
22	2	2	3	2	9
23	2	2	2	2	8
24	1	3	3	3	10
25	2	1	2	2	7
26	2	2	2	2	8
27	2	2	1	1	6

28	2	3	2	3	10
29	1	2	2	1	6
30	2	3	3	3	11
31	2	2	2	2	8
32	1	2	2	2	7
33	2	1	2	2	7
34	1	3	2	3	9
35	2	3	3	3	11
36	2	2	2	1	7
37	2	3	3	3	11
38	2	2	1	1	6
39	1	3	2	3	9
40	2	2	2	1	7
41	2	2	2	1	7
42	2	3	2	3	10
43	1	2	2	1	6
44	1	3	2	3	9
45	2	1	1	1	5
46	2	2	2	2	8
47	1	2	2	2	7
48	2	3	2	3	10
49	1	3	2	2	8
50	1	2	2	3	8
Jumlah	92	123	115	117	447

Frequency Table

X1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	2	4,0	4,0	4,0
	2,00	9	18,0	18,0	22,0
	3,00	39	78,0	78,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

X1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	1	2,0	2,0	2,0
	2,00	15	30,0	30,0	32,0
	3,00	34	68,0	68,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

X1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	23	46,0	46,0	46,0
	3,00	27	54,0	54,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

X1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	1	2,0	2,0	2,0
	2,00	16	32,0	32,0	34,0
	3,00	33	66,0	66,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

X1.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	1	2,0	2,0	2,0
	2,00	21	42,0	42,0	44,0
	3,00	28	56,0	56,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

X1.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	1	2,0	2,0	2,0
	2,00	26	52,0	52,0	54,0
	3,00	23	46,0	46,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

X1.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	4	8,0	8,0	8,0
	2,00	16	32,0	32,0	40,0
	3,00	30	60,0	60,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

X1.8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	2	4,0	4,0	4,0
	2,00	21	42,0	42,0	46,0
	3,00	27	54,0	54,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

X1.9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	3	6,0	6,0	6,0
	2,00	25	50,0	50,0	56,0
	3,00	22	44,0	44,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

X1.10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	3	6,0	6,0	6,0
	2,00	23	46,0	46,0	52,0
	3,00	24	48,0	48,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Kualitas Pelayanan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20,00	1	2,0	2,0	2,0
	21,00	3	6,0	6,0	8,0
	22,00	6	12,0	12,0	20,0
	23,00	7	14,0	14,0	34,0
	24,00	5	10,0	10,0	44,0
	25,00	4	8,0	8,0	52,0
	26,00	5	10,0	10,0	62,0
	27,00	5	10,0	10,0	72,0
	28,00	4	8,0	8,0	80,0
	29,00	4	8,0	8,0	88,0
	30,00	6	12,0	12,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Lampiran 12

FREKUENSI DATA VARIABEL KEPUASAN KONSUMEN (Y)

Frequencies

Statistics

		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Kepuasan Konsumen
N	Valid	50	50	50	50	50
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		1,8400	2,4600	2,3000	2,3400	8,9400
Median		2,0000	3,0000	2,0000	3,0000	9,0000
Std. Deviation		,61809	,64555	,58029	,79821	1,97339
Minimum		1,00	1,00	1,00	1,00	5,00
Maximum		3,00	3,00	3,00	3,00	12,00
Percentiles	25	1,0000	2,0000	2,0000	2,0000	7,0000
	50	2,0000	3,0000	2,0000	3,0000	9,0000
	75	2,0000	3,0000	3,0000	3,0000	11,0000

Frequency Table

Y1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	14	28,0	28,0	28,0
	2,00	30	60,0	60,0	88,0
	3,00	6	12,0	12,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Y1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	4	8,0	8,0	8,0
	2,00	19	38,0	38,0	46,0
	3,00	27	54,0	54,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Y1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	3	6,0	6,0	6,0
	2,00	29	58,0	58,0	64,0
	3,00	18	36,0	36,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Y1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	10	20,0	20,0	20,0
	2,00	13	26,0	26,0	46,0
	3,00	27	54,0	54,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Kepuasan Konsumen

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	5,00	1	2,0	2,0	2,0
	6,00	5	10,0	10,0	12,0
	7,00	8	16,0	16,0	28,0
	8,00	8	16,0	16,0	44,0
	9,00	7	14,0	14,0	58,0
	10,00	8	16,0	16,0	74,0
	11,00	7	14,0	14,0	88,0
	12,00	6	12,0	12,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Lampiran 13

UJI VALIDITAS VARIABEL KUALITAS PELAYANAN (X)

		Correlations					
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6
X1.1	Pearson Correlation	1	,359*	,345*	,142	,320*	,011
	Sig. (2-tailed)		,010	,014	,325	,023	,938
	N	50	50	50	50	50	50
X1.2	Pearson Correlation	,359*	1	,364**	,408**	,410**	,282*
	Sig. (2-tailed)	,010		,009	,003	,003	,047
	N	50	50	50	50	50	50
X1.3	Pearson Correlation	,345*	,364**	1	,133	,330*	,309*
	Sig. (2-tailed)	,014	,009		,358	,019	,029
	N	50	50	50	50	50	50
X1.4	Pearson Correlation	,142	,408**	,133	1	,338*	,497**
	Sig. (2-tailed)	,325	,003	,358		,016	,000
	N	50	50	50	50	50	50
X1.5	Pearson Correlation	,320*	,410**	,330*	,338*	1	,217
	Sig. (2-tailed)	,023	,003	,019	,016		,130
	N	50	50	50	50	50	50
X1.6	Pearson Correlation	,011	,282*	,309*	,497**	,217	1
	Sig. (2-tailed)	,938	,047	,029	,000	,130	
	N	50	50	50	50	50	50
X1.7	Pearson Correlation	,134	-,038	,186	,322*	,289*	,441**
	Sig. (2-tailed)	,353	,791	,197	,023	,042	,001
	N	50	50	50	50	50	50

X1.8	Pearson Correlation	-,018	,177	,143	,110	,067	,224
	Sig. (2-tailed)	,899	,219	,323	,448	,642	,118
	N	50	50	50	50	50	50
X1.9	Pearson Correlation	,083	,054	-,219	,312*	,296*	,103
	Sig. (2-tailed)	,565	,709	,126	,027	,037	,478
	N	50	50	50	50	50	50
X1.10	Pearson Correlation	,180	,227	,044	,418**	,350*	,171
	Sig. (2-tailed)	,211	,113	,762	,002	,013	,235
	N	50	50	50	50	50	50
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	,467**	,585**	,469**	,690**	,675**	,609**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,001	,000	,000	,000
	N	50	50	50	50	50	50

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

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

Lanjutan

Correlations

		X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	Kualitas Pelayanan
X1.1	Pearson Correlation	,134	-,018	,083	,180	,467**
	Sig. (2-tailed)	,353	,899	,565	,211	,001
	N	50	50	50	50	50
X1.2	Pearson Correlation	-,038	,177	,054	,227	,585**
	Sig. (2-tailed)	,791	,219	,709	,113	,000
	N	50	50	50	50	50
X1.3	Pearson Correlation	,186	,143	-,219	,044	,469**
	Sig. (2-tailed)	,197	,323	,126	,762	,001
	N	50	50	50	50	50
X1.4	Pearson Correlation	,322*	,110	,312*	,418**	,690**
	Sig. (2-tailed)	,023	,448	,027	,002	,000
	N	50	50	50	50	50

X1.5	Pearson Correlation	,289*	,067	,296*	,350*	,675**
	Sig. (2-tailed)	,042	,642	,037	,013	,000
	N	50	50	50	50	50
X1.6	Pearson Correlation	,441**	,224	,103	,171	,609**
	Sig. (2-tailed)	,001	,118	,478	,235	,000
	N	50	50	50	50	50
X1.7	Pearson Correlation	1	,028	,268	,211	,559**
	Sig. (2-tailed)		,845	,060	,140	,000
	N	50	50	50	50	50
X1.8	Pearson Correlation	,028	1	-,124	-,005	,400*
	Sig. (2-tailed)	,845		,392	,975	,004
	N	50	50	50	50	50
X1.9	Pearson Correlation	,268	-,124	1	,279*	,409**
	Sig. (2-tailed)	,060	,392		,050	,003
	N	50	50	50	50	50
X1.10	Pearson Correlation	,211	-,005	,279*	1	,556**
	Sig. (2-tailed)	,140	,975	,050		,000
	N	50	50	50	50	50
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	,559**	,400*	,409**	,556**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,004	,003	,000	
	N	50	50	50	50	50

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

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

Lampiran 14

UJI VALIDITAS VARIABEL KEPUASAN KONSUMEN (Y)

		Correlations				Kepuasan Konsumen
		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	
Y1.1	Pearson Correlation	1	,035	,307	,071	,444
	Sig. (2-tailed)		,810	,030	,623	,001
	N	50	50	50	50	50
Y1.2	Pearson Correlation	,035	1	,550*	,760**	,807
	Sig. (2-tailed)	,810		,000	,000	,000
	N	50	50	50	50	50
Y1.3	Pearson Correlation	,307	,550*	1	,656*	,836
	Sig. (2-tailed)	,030	,000		,000	,000
	N	50	50	50	50	50
Y1.4	Pearson Correlation	,071	,760**	,656*	1	,868
	Sig. (2-tailed)	,623	,000	,000		,000
	N	50	50	50	50	50
Kepuasan Konsumen	Pearson Correlation	,444	,807	,836*	,868*	1
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,000	,000	
	N	50	50	50	50	50

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

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

Lampiran 15

UJI RELIABILITAS VARIABEL KUALITAS PELAYANAN (X)

Reliability

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,713	,719	10

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	22,6000	7,633	,309	,283	,701
X1.2	22,6800	7,283	,450	,434	,678
X1.3	22,7800	7,685	,321	,382	,698
X1.4	22,6800	6,957	,578	,454	,657
X1.5	22,7800	6,951	,556	,381	,660
X1.6	22,8800	7,169	,474	,438	,674
X1.7	22,8000	7,102	,381	,367	,689
X1.8	22,8400	8,137	,309	,393	,734
X1.9	22,9400	7,731	,321	,307	,717
X1.10	22,9000	7,194	,388	,348	,688

Lampiran 16

UJI RELIABILITAS VARIABEL KEPUASAN KONSUMEN (Y)

Reliability

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,726	,724	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1.1	7,1000	3,194	,344	,329	,847
Y1.2	6,4800	2,255	,631	,584	,598
Y1.3	6,6400	2,317	,702	,507	,570
Y1.4	6,6000	1,796	,683	,662	,552

Lampiran 17

UJI ASUMSI KLASIK

UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Kualitas Pelayanan	Kepuasan Konsumen
N		50	50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	25,3200	8,9400
	Std. Deviation	2,97225	1,97339
Most Extreme Differences	Absolute	,122	,124
	Positive	,122	,123
	Negative	-,096	-,124
Test Statistic		,122	,124
Asymp. Sig. (2-tailed)		,059 ^c	,051 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

UJI LINIERITAS

ANOVA Table

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Konsumen * Kualitas Pelayanan	Between Groups	(Combined)	164,887	10	16,489	24,797	,000
		Linearity	159,739	1	159,739	240,225	,000
		Deviation from Linearity	5,147	9	,572	,860	,568
	Within Groups		25,933	39	,665		
	Total		190,820	49			

Lampiran 18

ANALISIS GARIS REGRESI SEDERHANA

Regression

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Kepuasan Konsumen	8,9400	1,97339	50
Kualitas Pelayanan	25,3200	2,97225	50

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kualitas Pelayanan ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	,915 ^a	,837	,834	,80468	,837	246,696	1	48	,000	1,838

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	159,739	1	159,739	246,696	,000 ^b
	Residual	31,081	48	,648		
	Total	190,820	49			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)	-6,441	,986		-6,533	,000					
	Kualitas Pelayanan	,607	,039	,915	15,707	,000	,915	,915	,915	1,000	1,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions	
				(Constant)	Kualitas Pelayanan
1	1	1,993	1,000	,00	,00
	2	,007	17,268	1,00	1,00

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

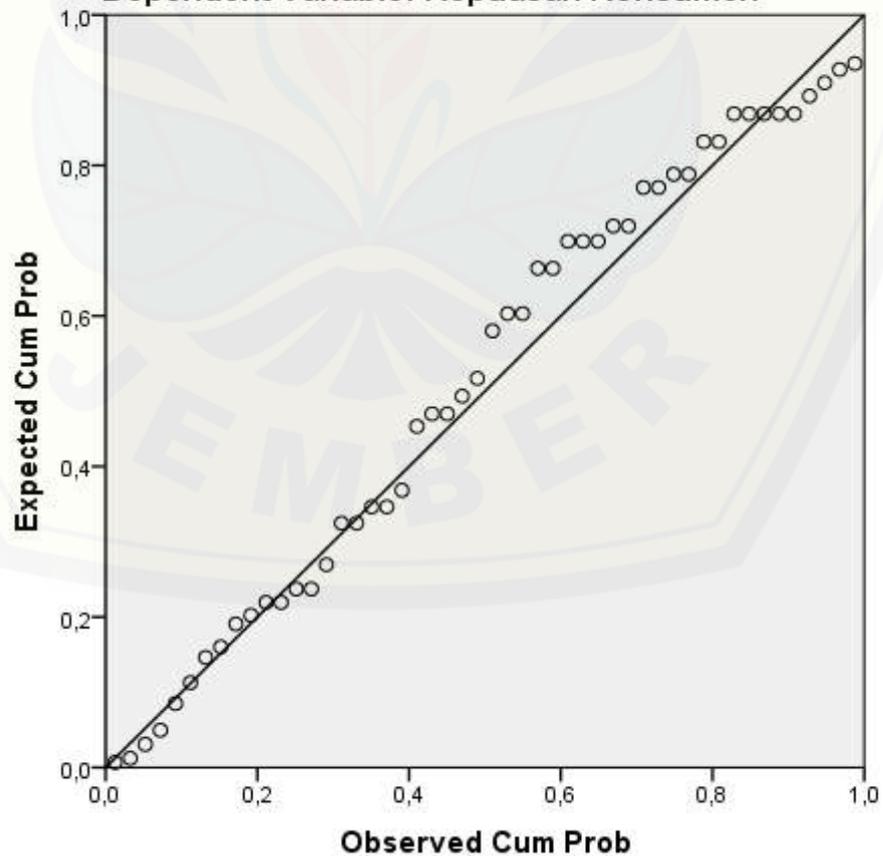
Residuals Statistics^a

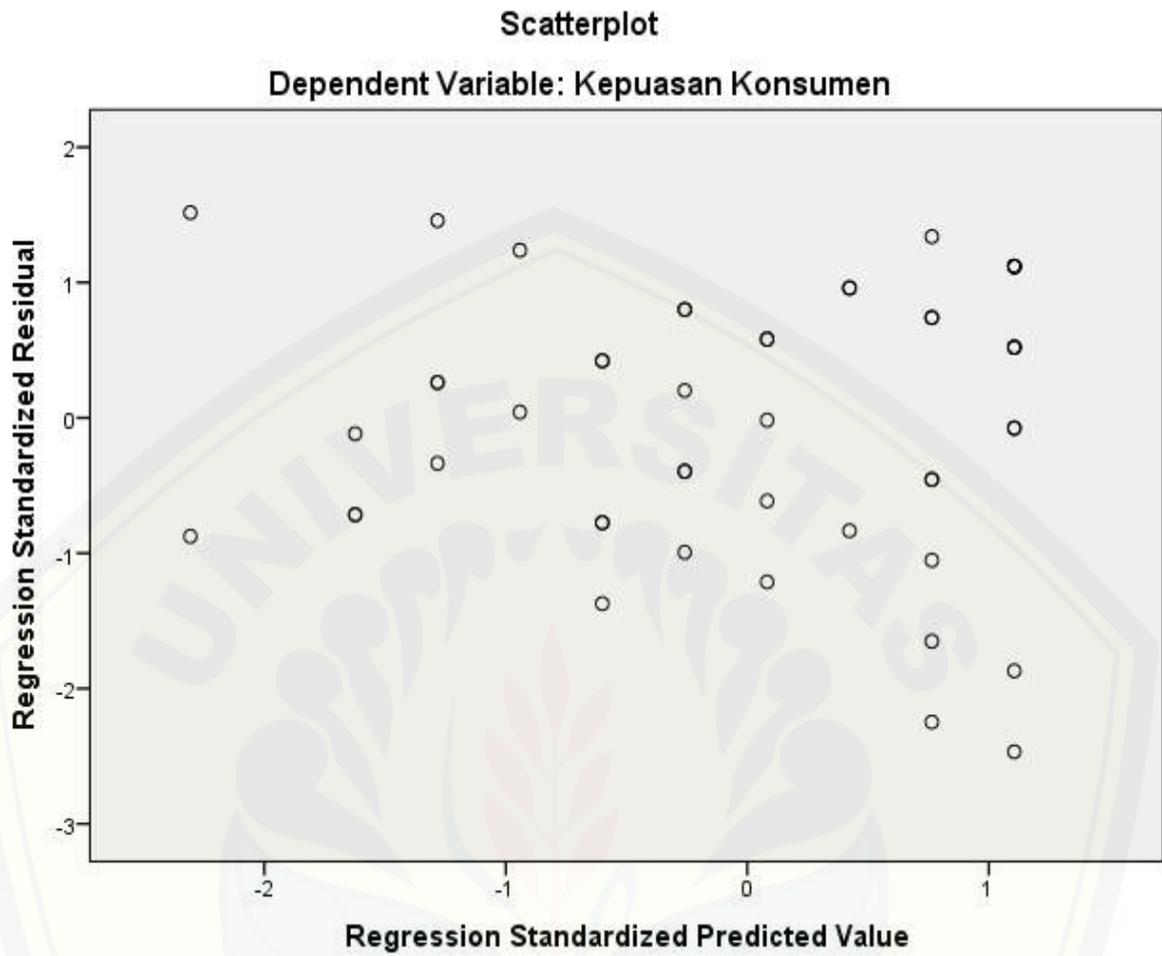
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	5,7083	11,7829	8,9400	1,80554	50
Residual	-2,13814	1,86186	,00000	,79643	50
Std. Predicted Value	-1,790	1,575	,000	1,000	50
Std. Residual	-2,657	2,314	,000	,990	50

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Kepuasan Konsumen





Lampiran 19

TABEL
Nilai-nilai Kritis Koefisien (r) Product Moment

N	Taraf Signifikansi		N	Taraf Signifikansi		N	Taraf Signifikansi	
	5%	1%		5%	1%		5%	1%
3	0,997	0,999	27	0,381	0,487	55	0,266	0,345
4	0,950	0,990	28	0,374	0,478	60	0,254	0,330
5	0,878	0,959	29	0,367	0,470	65	0,244	0,317
6	0,811	0,917	30	0,361	0,463	70	0,235	0,306
7	0,754	0,874	31	0,355	0,456	75	0,227	0,296
8	0,707	0,834	32	0,349	0,449	80	0,220	0,286
9	0,666	0,798	33	0,344	0,442	85	0,213	0,278
10	0,632	0,765	34	0,339	0,436	87	0,209	0,276
11	0,602	0,735	35	0,334	0,430	90	0,207	0,270
12	0,576	0,708	36	0,329	0,424	95	0,202	0,263
13	0,553	0,684	37	0,325	0,418	100	0,195	0,256
14	0,532	0,661	38	0,320	0,413	125	0,176	0,230
15	0,514	0,641	39	0,316	0,408	150	0,159	0,210
16	0,497	0,623	40	0,312	0,403	175	0,148	0,194
17	0,482	0,606	41	0,308	0,398	200	0,138	0,181
18	0,468	0,590	42	0,304	0,393	300	0,113	0,148
19	0,456	0,575	43	0,401	0,389	400	0,098	0,128
20	0,444	0,561	44	0,297	0,384	500	0,088	0,115
21	0,433	0,549	45	0,294	0,380	600	0,080	0,105
22	0,423	0,537	46	0,291	0,376	700	0,074	0,097
23	0,413	0,526	47	0,288	0,372	800	0,070	0,091
24	0,404	0,515	48	0,284	0,368	900	0,065	0,086
25	0,396	0,505	49	0,281	0,364	1000	0,062	0,081
26	0,388	0,496	50	0,279	0,361			

Lampiran 20

TABEL
Nilai-nilai Kritis F
Untuk tingkat kepercayaan 95%, alpha = 0,05

df2	df 1				
	1	2	3	4	5
1	161.4	199.5	215.7	224.6	230.2
2	18.51	19	19.16	19.25	19.3
3	10.13	9.552	9.277	9.117	9.013
4	7.709	6.944	6.591	6.388	6.256
5	6.608	5.786	5.409	5.192	5.05
6	5.987	5.143	4.757	4.534	4.387
7	5.591	4.737	4.347	4.12	3.972
8	5.318	4.459	4.066	3.838	3.687
9	5.117	4.256	3.863	3.633	3.482
10	4.965	4.103	3.708	3.478	3.326
11	4.844	3.982	3.587	3.357	3.204
12	4.747	3.885	3.49	3.259	3.106
13	4.667	3.806	3.411	3.179	3.025
14	4.6	3.739	3.344	3.112	2.958
15	4.543	3.682	3.287	3.056	2.901
16	4.494	3.634	3.239	3.007	2.852
17	4.451	3.592	3.197	2.965	2.81
18	4.414	3.555	3.16	2.928	2.773
19	4.381	3.522	3.127	2.895	2.74
20	4.351	3.493	3.098	2.866	2.711
21	4.325	3.467	3.072	2.84	2.685
22	4.301	3.443	3.049	2.817	2.661
23	4.279	3.422	3.028	2.796	2.64

24	4.26	3.403	3.009	2.776	2.621
25	4.242	3.385	2.991	2.759	2.603
26	4.225	3.369	2.975	2.743	2.587
27	4.21	3.354	2.96	2.728	2.572
28	4.196	3.34	2.947	2.714	2.558
29	4.183	3.328	2.934	2.701	2.545
30	4.171	3.316	2.922	2.69	2.534
31	4.16	3.305	2.911	2.679	2.523
32	4.149	3.295	2.901	2.668	2.512
33	4.139	3.285	2.892	2.659	2.503
34	4.13	3.276	2.883	2.65	2.494
35	4.121	3.267	2.874	2.641	2.485
36	4.113	3.259	2.866	2.634	2.477
37	4.105	3.252	2.859	2.626	2.47
38	4.098	3.245	2.852	2.619	2.463
39	4.091	3.238	2.845	2.612	2.456
40	4.085	3.232	2.839	2.606	2.449
41	4.079	3.226	2.833	2.6	2.443
42	4.073	3.22	2.827	2.594	2.438
43	4.067	3.214	2.822	2.589	2.432
44	4.062	3.209	2.816	2.584	2.427
45	4.057	3.204	2.812	2.579	2.422
46	4.052	3.2	2.807	2.574	2.417
47	4.047	3.195	2.802	2.57	2.413
48	4.043	3.191	2.798	2.565	2.409
49	4.038	3.187	2.794	2.561	2.404
50	4.034	3.183	2.79	2.557	2.4
51	4.03	3.179	2.786	2.553	2.397
52	4.027	3.175	2.783	2.55	2.393
53	4.023	3.172	2.779	2.546	2.389

54	4.02	3.168	2.776	2.543	2.386
55	4.016	3.165	2.773	2.54	2.383
56	4.013	3.162	2.769	2.537	2.38
57	4.01	3.159	2.766	2.534	2.377
58	4.007	3.156	2.764	2.531	2.374
59	4.004	3.153	2.761	2.528	2.371
60	4.001	3.15	2.758	2.525	2.368
61	3.998	3.148	2.755	2.523	2.366
62	3.996	3.145	2.753	2.52	2.363
63	3.993	3.143	2.751	2.518	2.361
64	3.991	3.14	2.748	2.515	2.358
65	3.989	3.138	2.746	2.513	2.356
66	3.986	3.136	2.744	2.511	2.354
67	3.984	3.134	2.742	2.509	2.352
68	3.982	3.132	2.74	2.507	2.35
69	3.98	3.13	2.737	2.505	2.348
70	3.978	3.128	2.736	2.503	2.346
71	3.976	3.126	2.734	2.501	2.344
72	3.974	3.124	2.732	2.499	2.342
73	3.972	3.122	2.73	2.497	2.34
74	3.97	3.12	2.728	2.495	2.338
75	3.968	3.119	2.727	2.494	2.337
76	3.967	3.117	2.725	2.492	2.335
77	3.965	3.115	2.723	2.49	2.333
78	3.963	3.114	2.722	2.489	2.332
79	3.962	3.112	2.72	2.487	2.33
80	3.96	3.111	2.719	2.486	2.329
81	3.959	3.109	2.717	2.484	2.327
82	3.957	3.108	2.716	2.483	2.326
83	3.956	3.107	2.715	2.482	2.324

84	3.955	3.105	2.713	2.48	2.323
85	3.953	3.104	2.712	2.479	2.322
86	3.952	3.103	2.711	2.478	2.321
87	3.951	3.101	2.709	2.476	2.319
88	3.949	3.1	2.708	2.475	2.318
89	3.948	3.099	2.707	2.474	2.317
90	3.947	3.098	2.706	2.473	2.316
91	3.946	3.097	2.705	2.472	2.315
92	3.945	3.095	2.704	2.471	2.313
93	3.943	3.094	2.703	2.47	2.312
94	3.942	3.093	2.701	2.469	2.311
95	3.941	3.092	2.7	2.467	2.31
96	3.94	3.091	2.699	2.466	2.309
97	3.939	3.09	2.698	2.465	2.308
98	3.938	3.089	2.697	2.465	2.307
99	3.937	3.088	2.696	2.464	2.306
100	3.936	3.087	2.696	2.463	2.305

Lampiran 21.

DOKUMENTASI



Gambar 1 Lokasi Penelitian: Stasiun Jember

Gambar 2 Proses penyebaran kuisisioner





Gambar 3. Proses wawancara



Gambar 4. Petugas yang memberikan pelayanan terbaik bagi seluruh penumpang







21:42 0,0KB/d

docs.google.com/forms/d/e/

Kuesioner Penelitian

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN JASA PT.KERETA API INDONESIA DAERAH OPERASIONAL IX JEMBER.

* Required

Nama *
Rkyan Eza

Pekerjaan *
Mahasiswa

21:42 0,8KB/d

Jenis kereta yang dinaiki saat ini? *

- KA. Logawa
- KA. Mutiara Timur
- KA. Pandanwangi
- KA. Probowangi
- KA. Ranggajati
- KA. Sritanjung
- KA. Tawang Alun
- KA. Wijayakusuma

Next

Never submit passwords through Google Forms.

This content is neither created nor endorsed by Google. [Report Abuse](#) - [Terms of Service](#) - [Privacy Policy](#)

21:43 15,3KB/d

Kuesioner Penelitian

Kualitas Pelayanan

1. Bagaimana kesiapan petugas PT.KAI DAOP IX Jember dalam melayani anda sebagai konsumen/penumpang?

- Siap, Karena setiap petugas stasiun dan petugas kereta selalu melayani sesuai dengan kebutuhan dan keluhan konsumen.
- Cukup Siap, karena petugas stasiun dan petugas kereta tidak selalu sedia melayani sesuai dengan kebutuhan dan keluhan konsumen.
- Kurang Siap, karena petugas stasiun dan petugas kereta kurang siap melayani konsumen

Clear selection

Home < Open 16 Download Profile

21:43 2,1KB/d

Clear selection

2. Bagaimana pendapat anda mengenai jadwal keberangkatan Kereta Api yang beroperasi di Stasiun Jember?

- Tepat waktu, karena kereta api yang beroperasi di Stasiun Jember sesuai dengan jadwal keberangkatan
- Cukup tepat waktu, karena kereta api kurang sesuai dengan jadwal keberangkatan (telat 2-3 menit)
- Kurang tepat waktu, karena kereta api tidak sesuai dengan jadwal keberangkatan (telat 3-5 menit)

Clear selection

3. Bagaimana sikap petugas Kereta Api menanggapi keluhan anda terkait pelayanan PT.KAI DAOP IX Jember?

Home < Open 16 Download Profile

21:43 1,6KB/d 40% 18

3. Bagaimana sikap petugas Kereta Api menanggapi keluhan anda terkait pelayanan PT.KAI DAOP IX Jember?

- Cepat Tanggap, karena petugas stasiun dan kereta api cepat dan tanggap dalam melayani keluhan konsumen
- Cukup tanggap, karena petugas stasiun dan kereta api cukup cepat dan cukup tanggap dalam merespon keluhan konsumen
- Kurang tanggap, karena petugas stasiun dan kereta api kurang cepat dan kurang tanggap dalam merespon keluhan konsumen

Clear selection

4. Bagaimana PT.KAI DAOP IX Jember menyikapi keluhan anda saat meminta

21:43 ... 1,5KB/d 40% 18

dan kurang tanggap dalam merespon keluhan konsumen

Clear selection

4. Bagaimana PT.KAI DAOP IX Jember menyikapi keluhan anda saat meminta bantuan terkait pelayanan yang diberikan?

- Membantu, petugas segera membantu, mengarahkan dan menangani keluhan saya
- Cukup Membantu, petugas membantu namun kurang merespon dengan cepat apa keluhan saya
- Kurang membantu, petugas hanya menanggapi keluhan saja tanpa ada tindakan

Clear selection

Gambar 5 Contoh pengisian Kuisisioner

Lampiran 22 Surat Ijin Penelitian



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
Jalan Kalimantan Nomor 37 Kampus Bumi Tegalboto Jember 68121
Telepon: 0331- 334988, 330738 Faks: 0331-332475
Laman: www.fkip.unej.ac.id

Nomor : 6881/UN25.1.5/LT/2020
Lampiran : -
Perihal : Permohonan Izin Penelitian

21 SEP 2020

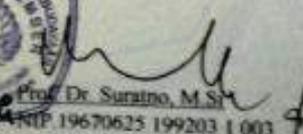
Yth. VICE PRESIDENT DAOP IX JEMBER
di Tempat

Diberitahukan dengan hormat, bahwa mahasiswa FKIP Universitas Jember di bawah ini:

Nama : Rohmat Wahid Arrasy
NIM : 160210301056
Jurusan : Pendidikan IPS
Program Studi : Pendidikan Ekonomi
Rencana Pelaksanaan : September - Desember 2020

Berkenaan dengan penyelesaian studinya, mahasiswa tersebut bermaksud melaksanakan penelitian di instansi yang saudara pimpin dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen jasa PT.Kereta Api Indonesia Daerah Operasional IX Jember". Sehubungan dengan hal tersebut, mohon Bapak/Ibu berkenan memberikan izin dan sekaligus memberikan bantuan informasi yang diperlukan.

Demikian permohonan ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama yang baik kami sampaikan terimakasih.


Prof. Dr. Suratno, M.Si
NIP.19670625 199203 1 003

Lampiran 23 Surat Bukti Penelitian



Jember, 24 November 2020

Nomor : KE.105/XI/3/DO.9-2020
 Sifat : Terbatas
 Lampiran : -
 Perihal : Persetujuan Izin Permohonan Penelitian



KE.105/XI/3/DO.9-2020

Kepada Yth
 Wakil Dekan I Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember Jalan Kalimantan Nomor 37
 Kampus Bumi Tegalboto Jember 68121
 di
 Tempat

1. Berdasarkan Surat Wakil Dekan I Nomor 6881/UN25.1.5/LT/2020 tanggal 21 September 2020 perihal Ijin Permohonan Penelitian, bersama ini diberitahukan bahwa pada dasarnya kami menyetujui dan memberikan izin untuk melakukan permohonan data mahasiswa sebagai berikut:

Nama	Rohmat Wahid Arrasy
NIM	160210301056
Jurusan	Pendidikan IPS
Program Studi	Pendidikan Ekonomi

2. Proses Perijinan Penelitian dapat dilakukan mulai tanggal 07 Desember - 14 Desember 2020 di Unit Angkutan dan Fasilitas Penumpang. Adapun dalam rangka antisipasi penyebaran Virus Corona (Covid-19), terdapat beberapa ketentuan yang harus dipatuhi sebagai berikut:
- siswa yang bersangkutan diwajibkan untuk menaati semua Protokol Kesehatan yang berlaku di PT KAI (Persero);
 - siswa yang bersangkutan diwajibkan menunjukkan Surat Keterangan Hasil Rapid Test "Non Reaktif" / Swab PCR "Negative" yang masih berlaku;
 - siswa yang melakukan Penelitian/Pengambilan Data bertanggungjawab atas kondisi kesehatannya sendiri;
3. Demikian atas kerjasamanya disampaikan terima kasih.

a.n. Manager Sumber Daya Manusia dan Umum
 PLT Assistant Manager Sumber Daya Manusia,



Rizal Eka Affandy
RIZAL EKA AFFANDY
 NIP. 64051

Tembusan Internal:

Manager Angkutan dan Fasilitas Penumpang | SIGIT SETIYADI
 Assistant Manager Customer Care | GUNARYO
 Assistant Manager Pemasaran Angkutan Penumpang | ENDRA NURHADI RAHMAT
 Assistant Manager Pelayanan Kebersihan Stasiun dan Fasilitas Umum | IWAN PRAKOSO



Scanned with
 CamScanner
 www.kai.id

Lampiran 24

LEMBAR KONSULTASI

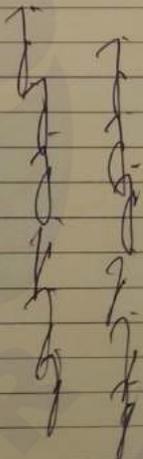


KEMENTERIAN RISTEK DAN PERGURUAN TINGGI
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
Alamat : Jl. Kalimantan III/3 Kampus Tegalboto Kotak Pos 162
Telp./Fax (0331) 334988 Jember 68121

LEMBAR KONSULTASI PENYUSUNAN SKRIPSI

Nama : Rohmat Wahid Arrasy
NIM/ Angkatan : 160210301056/ 2016
Jurusan/ Prog. Studi : IPS/Pendidikan Ekonomi
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen
 PT. Kereta Api Indonesia Daerah Operasional IX Jember)
Pembimbing I : Drs. Joko Widodo M.M

KEGIATAN KONSULTASI

NO	Hari/Tanggal	Materi Konsultasi	TT. Pembimbing I
1.	7-02-2020	Bab 1,2,3	
2.	12-02-2020	Bab 1,2,3	
3.	20-02-2020	Bab 1,2,3	
4.	4-03-2020	Kuliah	
5.	10-03-2020	Kuliah -	
6.	17-03-2020	All Seminar	
7.	22-05-2020	Bab 1,2,3	
8.	01-10-2020	Bab 1,2,3	
9.	08-10-2020	Bab 4,5	
10.	15-10-2020	Habit	
11.	10-11-2020	Habit	
12.	17-11-2020	See Ujan	
13.			
14.			
15.			



KEMENTERIAN RISTEK DAN PERGURUAN TINGGI
 UNIVERSITAS JEMBER
 FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
 Alamat : Jl. Kalimantan III/3 Kampus Tegalboto Kotak Pos 162
 Telp./Fax (0331) 334988 Jember 68121

LEMBAR KONSULTASI PENYUSUNAN SKRIPSI

Nama : Rohmat Wahid Arrasy
NIM/ Angkatan : 160210301056/ 2016
Jurusan/ Prog. Studi : IPS/Pendidikan Ekonomi
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen
 PT. Kereta Api Indonesia Daerah Operasional IX Jember)
Pembimbing II : Dra. Sri Wahyuni M.Si

KEGIATAN KONSULTASI

NO	Hari/Tanggal	Materi Konsultasi	TT. Pembimbing II
1.	4-12-2019	Bab 1,2,3	SP
2.	6-12-2019	Bab 1,2,3	SP
3.	9-1-2019	Bab 1,2,3	SP
4.	27-1-2019	Bab 1,2,3	SP
5.	06-2-2020	Bab 1,2,3	SP
6.	11-2-2020	Kuisisioner + populasi	SP
7.	21-2-2020	kuisisioner	SP
8.	6-3-2020	kuisisioner + populasi	SP
9.	14-3-2020	all seminar	SP
10.	20-10-2020	Bab 4 + 5	SP
11.	23-10-2020	Bab 1,2,3,4,5	SP
12.	27-10-2020	Final	SP
13.		Final penitahasan	SP
14.	9-11-2020	Revisi	SP
15.			

Lampiran 25

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas

1. Nama : Rohmat Wahid Arrasy
2. Tempat, tanggal lahir : Jember, 01 Mei 1997
3. Jenis Kelamin : Laki-laki
4. Agama : Islam
5. Nama orang tua
 - a) Ibu : Siti Nur Hafani
 - b) Ayah : Didik Sutomo Rahadi
6. Alamat : Jl.Cempedak 1 Link.Krajan Jember Lor
7. E-mail : rohmatwahid81@gmail.com

B. Pendidikan

No.	Sekolah	Tempat	Tahun
1	SD Negeri Gebang 02	Jember	2004-2010
2	Madrasah Tsanawiyah Negeri 02	Jember	2011-2013
3	Madrasah Aliyah Negeri 02	Jember	2014-2016