

Volume 2 | No. 2 | Edisi : Juli - Desember 2013 | ISSN : 2302-4585

JURNAL *Kompetitif*



FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS TRIDINANTI PALEMBANG

Kompetitif	Vol. 2	No. 2	Hal : 1 - 118	Palembang, Juli 2013	ISSN: 2302 - 4585
------------	--------	-------	---------------	----------------------	-------------------

KOMPETITIF

Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang

DAFTAR ISI

Interpretasi Price Earning Ratio Dalam Penilaian Saham-Saham Blue Chips Di Bursa Efek Indonesia <u>Azmir Ferdinansyah,SE .MM</u>	1 – 12
Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Price Earning Ratio dan RAO Dengan Kepemilikan Saham Asing Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia <u>Kartawinata,SE.MP</u>	13 – 24
Pengaruh Sistem Pengendalian Intern Piutang Terhadap Penagihan Piutang Usaha Pada PT Dinamisator Palembang <u>Sahila,SE.MM</u>	25 - 34
Pengaruh Motivasi Dan Gaya Kepemimpinan Terhadap Produktivitas Kerja Pegawai Di Kantor Pelayanan Pajak Bumi dan Bangunan Kota Palembang <u>Dra. Yasmina Martini,MM</u>	35– 49
Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Kereta Api Terhadap Kepuasan Penumpang Pada PT Kereta Api Indonesia (Persero) Wilayah Sub Divisi Regional III.1. Kertapati Palembang <u>NurEven,SE.MM</u>	50 – 66
Faktor Penyebab Kredit Macet Dan Upaya Penanggulangan dan Penyelesaiannya di BRI (Studi Kasus BRI Unit Lemabang Palembang) <u>Yun Suprani,SE.MSi</u>	67 -75
Potensi Retribusi Pasar di Kabupaten Banyuasin Sehingga Dapat Memberikan Kontribusi Besar Bagi Pendapatan Asli Daerah(PAD) <u>Firmansyah,SE.MSi</u>	76 – 84
Pengaruh Pengawasan Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT Karya Agung Palembang <u>Firdaus Sianipar,SE.MM</u>	85 – 96
Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Bank Danamon Unit Betung <u>M.Ridwan,SE.MM</u>	97 – 107
Pengaruh Modal Kerja Terhadap Profitabilitas Pada CV. Putri Lintang sakti Bandar Lampung <u>Kusminaini Armin SE.MM</u>	108 –118

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN KERETA API
TERHADAP KEPUASAN PENUMPANG PADA PT. KERETA API
INDONESIA (PERSERO) WILAYAH SUB DIVISI REGIONAL III.1
KERTAPATI PALEMBANG**

Nur Even *)

ABSTRACT

Analysis Influence Service Quality Train Against Gratification passengers on PT. (Indonesia train persero) Regions Sub-Division Regional III.1 Kertapati Palembang. This research study analysis influence service quality passenger train against complacence PT. (Indonesia train persero) Regions Sub-Division Division Regional III.1 Kertapati Palembang. Implementation of the research conducted during approximately four (4) months including designing, implementing and reporting the results of this research. This case study research aims to know the influence analysis of service quality of railway passenger satisfaction on a Train PT. Indonesia (Persero) Regional Division III Sub Area 1 Kertapati in Palembang. Based on the number of passengers the train PT. Indonesia (Persero) Sub Regional Division III. 1 Kertapati in Palembang that consists of 2 lines of the Palembang-Lubuk Linggau dan Palembang – Tanjung Karang in 2011 gained population was 1.550.310 passengers. Then be sampled as many as 100 people. Of research results obtained by a regression Coefficient regression Coefficients that reability is 0.566, meaning that every one unit of skorreability will increase rail passenger satisfaction scores of 0.566. The regression coefficient is the responsiveness, meaning each addition 0,070 one unit of skorresponsiveness will increase rail passenger satisfaction scores for 0,070. The regression coefficient is the responsiveness, meaning each addition 0,083 one unit of skorassurance will increase rail passenger satisfaction scores for 0,083. The regression coefficient is 0,105 emphaty, meaning that every one unit of skoremphaty will increase rail passenger satisfaction scores for significant rate 0,105 of 5%, multiple regression equation is thus: $\hat{Y} = 4,913 + 0,093 X_1 + 0,522 X_2 + 0,070 X_3 + 0,083X_4 + 0,105X_5 + e$. Implementation, in order to Train Indonesia PT. (Persero) Regional Division III Sub Area 1 Kertapati in Palembang further improve service quality for passengers on longer trains are always feel satisfaction in the services provided by PT Railway Indonesia (Persero).

Keywords: *the quality of service train, satisfaction passengers*

A. PENDAHULUAN

Pelayanan merupakan kunci organisasi untuk bersaing dalam rangka mempertahankan eksistensi

dan daya *survivenya*. Pelayanan ini merupakan rangkaian kegiatan yang dilakukan oleh organisasi atau seseorang untuk tujuan tertentu.

*) Dosen Fakultas Ekonomi UTP

Pelayanan berkualitas ini sendiri adalah pelayanan yang mampu mendatangkan kepuasan bagi pelanggan atau dikenal dengan konsep pelayanan prima maka sudah sepantasnya setiap organisasi public maupun privat dituntut untuk mampu melahirkan pelayanan berkualitas. Semua organisasi termasuk pemerintah dituntut menjadikan konsep ini sebagai fakta aktual untuk diterapkan dalam menyelenggarakan pelayanan publik. Lahirnya Undang-Undang Nomer 25 tahun 2009 tentang pelayanan publik juga semakin pentingnya pelayanan publik yang prima.

Persaingan global menuntut setiap perusahaan untuk dapat meningkatkan kualitas pelayanan yang nantinya akan menunjang terwujudnya kepuasan konsumen. Semakin tinggi persaingan sebagai akibat dari persaingan global yang penuh dengan keterbukaan, dan kebebasan dalam melakukan kegiatan ekonomi, membuat semua perusahaan harus dapat meningkatkan ketrampilan untuk memberikan pelayanan kepada pelanggannya atau *customer service*. Kualitas pelayanan

merupakan titik sentral bagi perusahaan jasa karena akan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hal ini dimaksudkan agar seluruh barang atau jasa yang ditawarkan akan mendapat tempat yang baik dimata masyarakat. Kepuasan pelanggan akan muncul apabila kualitas pelayanannya baik, dimana kualitas pelayanan yang baik mencakup lima dimensi kualitas pelayanan yaitu bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reability*), daya tangkap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*emphaty*) (Tjiptono, 2004: 122).

Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi dekat atau harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang produk atau jasa tersebut, sehingga membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*Word of mouth*) yang menguntungkan. Tanggapan emosional terhadap pengalaman konsumen suatu produk atau jasa menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi

purnabeli di mana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (*outcome*) tidak memenuhi harapan (Tjiptono, 2004: 124).

Dalam dunia bisnis, khususnya yang bergerak di bidang jasa, kepuasan pelanggan merupakan faktor yang dominan dan menentukan dalam mempertahankan maupun menumbuh kembangkan perusahaan. Pelanggan yang merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, kemungkinan akan menjadi pelanggan setia, bahkan dapat dijadikan sebagai media promosi gratis, sebaliknya pelanggan yang tidak puas bisa dengan mudah pindah ke perusahaan lain atau menggunakan jasa yang lain.

Kepuasan pelanggan merupakan hal yang terpenting untuk diperhatikan oleh semua pengusaha, karena kepuasan berkaitan dengan nilai keberhasilan produk dan pelayanan. Kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan antara kinerja produk dan jasa yang

diterima dan diharapkan (Kotler, 1997: 36).

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa pada umumnya hanya sebesar 5 hingga 10 persen yang tidak puas atas suatu kualitas pelayanan akan mengajukan *complaint*. Zeithaml, dkk (2005: 25) menyebutkan bahwa “banyak pelanggan berperilaku pasif atas tanggapannya terhadap ketidakpuasan”. Kebanyakan pelanggan dapat menyatakan ketidakpuasannya kepada orang lain, tetapi ada juga yang tidak melakukan apapun. Kepuasan pelanggan akan memberikan dampak positif pada niat membeli kembali (Suhartanto, 2001).

Pelanggan yang puas akan kembali menjadi pelanggan dan setia pada perusahaan, sebaliknya pelanggan yang kecewa atas kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan akan mengeluh dan mencari perusahaan lain yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhannya. Pelanggan yang puas akan menciptakan suatu hubungan antara perusahaan dan pelanggan yang baik, sebaliknya ketidakpuasan

akan mendorong timbulnya perilaku *complaint*.

Produk berkualitas baik tidak harus unggul dalam semua dimensi, yang terpenting adalah menetapkan keunggulan dimensi kualitas yang sesuai dengan penilaian, harapan, keinginan calon pembeli. Maka produk dapat dikatakan berkualitas jika mampu memenuhi kebutuhan, memberikan kegunaan meskipun hanya pada kondisi tertentu. Kualitas pelayanan yang diterima konsumen dinyatakan dengan besarnya perbedaan antara harapan dan keinginan konsumen, hasil perbandingan ekspektasi dan kenyataan diperoleh dari pelayanan. Kualitas pelayanan adalah pandangan konsumen terhadap hasil perbandingan ekspektasi mereka dengan kenyataan yang diperoleh dari pelayanan. Kualitas pelayanan inilah yang akan menjadi ukuran bagi kepuasan konsumen (Handayani, 2004)

Kualitas merupakan fenomena abstrak yang sangat sulit diukur. Kualitas layanan merupakan aspek menantang yang menjamin perhatian lebih besar. Akan tetapi antara produk

dan layanan itu sendiri terdapat beberapa perbedaan. Lima dimensi kualitas jasa dalam persoalan ini adalah: *Reliability*, kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan akurat dan terpercaya. *Tangibles*, meliputi penarnpilan fasilitas fisik, peralatan, personil dan materi komunikasi. *Responsiveness*, kemauan membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat. *Assurance*, pengetahuan, kesopanan karyawan dan kemampuan mereka untuk memberikan kepastian, jaminan dan keyakinan. *Empathy*. Kesediaan untuk peduli, memberikan perhatian pribadi bagi pelanggan (Berry and Parasuraman, 1991: 16).

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk meneliti tentang “**Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Kereta Api Terhadap Kepuasan Penumpang Pada PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Wilayah Sub Divisi Regional III.1 Kertapati Palembang**”.

TUJUAN PENELITIAN

1. Pengaruh yang simultan antara dimensi *tangibles* (X_1), *reability* (X_2), *responsiveness* (X_3),

- assurance* (X_4), *emphaty* (X_5) terhadap kepuasan penumpang Pada PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Wilayah Sub Divisi Regional III.1 Kertapati Palembang
2. Pengaruh dimensi *tangibles* terhadap kepuasan penumpang Pada PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Wilayah Sub Divisi Regional III.1 Kertapati Palembang.
 3. Pengaruh dimensi *reabillity* terhadap kepuasan penumpang Pada PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Wilayah Sub Divisi Regional III.1 Kertapati Palembang.
 4. Pengaruh dimensi *responsivenes* terhadap kepuasan penumpang Pada PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Wilayah Sub Divisi Regional III.1 Kertapati Palembang.
 5. Pengaruh dimensi *assurance* terhadap kepuasan penumpang Pada PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Wilayah Sub Divisi Regional III.1 Kertapati Palembang.
 6. Pengaruh dimensi *emphaty* terhadap kepuasan penumpang Pada PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Wilayah Sub Divisi Regional III.1 Kertapati Palembang.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini akan dilaksanakan Pada PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Wilayah Sub Divisi Regional III.1 Kertapati Palembang. Alasan utama pemilihan lokasi ini karena instansi tersebut merupakan tempat dimana penulis mengabdikan diri sehingga hasil penelitian ini dapat memberikan saran dan manfaat dalam meningkatkan mutu kualitas pelayanan Pada PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Wilayah Sub Divisi Regional III.1 Kertapati Palembang.

Penelitian tentang Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Kereta Api Terhadap Kepuasan Penumpang Pada PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Wilayah Sub Divisi Regional III.1 Kertapati Palembang dilakukan selama 4 bulan dari bulan Desember 2012 – Maret 2013.

Populasi menurut Supranto (2003) adalah : “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek / subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Populasi dalam penelitian ini yaitu semua penumpang PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Sub Divisi Regional III.1 Kertapati Palembang terdiri dari 2 jalur yaitu jalur Palembang - Lubuk Linggau dan Palembang – Tanjung Karang pada tahun 2011 berjumlah 1.550.310 penumpang.

Sampel dalam penelitian ini yaitu 100 penumpang. Teknik pengambilan sampel dilakukan secara stratified random sampling dikarenakan penumpang yang menjadi populasi terbagi dalam kelompok, yang kemudian digunakan teknik simple random sampling sehingga populasi tiap kelompok mempunyai peluang yang sama untuk memberikan data / informasi yang dibutuhkan dengan terlebih dahulu dilakukan pembagian secara proporsional.

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini dalam bentuk kuantitatif berupa analisis univariat dan analisis bivariat. Model analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda (multiple regression analysis).

C. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Pengaruh Tangibles terhadap Kepuasan Penumpang

a. Analisis Regresi Linier Sederhana

Untuk mendapatkan rumusan persamaan regresi linear sederhana pengaruh *tangibles* (X_1) terhadap kepuasan penumpang kereta api (Y) perlu dilakukan analisis koefisien regresi dengan menggunakan program SPSS, hasilnya adalah sebagai berikut:

- 1) Dari uji Anova atau F test didapat F hitung 11,151 dengan tingkat signifikansi 0,001. Karena nilai sig. Uji F lebih kecil dari 0,05, maka secara statistik koefisien regresi dikatakan signifikan atau regresi yang terbentuk dapat dipakai untuk memprediksi

variabel kepuasan penumpang kereta api.

- 2) Coefficient nilai regresi dimana constanta = 19,163 dan koefisien regresi tangibles 0,183 sehingga persamaan regresi sederhana dapat ditulis: $\hat{Y} = 19,163 + 0,183X_1 + e$

Dimana:

Y = Kepuasan penumpang kereta api

X₁ = Tangibles

E = Faktor lain

* Konstanta sebesar 19,163 menyatakan bahwa jika tidak ada tangibles maka skor kepuasan penumpang kereta api adalah 19,163.

* Koefisien regresi X₁ sebesar 0,183 menyatakan bahwa setiap penambahan satu skor tangibles akan meningkatkan skor kepuasan penumpang kereta api sebesar 0,183.

b. Analisis Korelasi dan Determinan

Untuk melihat besarnya pengaruh antara variabel tersebut perlu dilakukan analisis koefisien korelasi, hasil analisis korelasi dapat dilihat dibawah ini:

Berdasarkan perhitungan menunjukkan besarnya korelasi (R) tangibles (X₁) terhadap kepuasan penumpang kereta api (Y) adalah 0,320, artinya pengaruh variabel tangibles terhadap kepuasan penumpang kereta api menunjukkan adanya korelasi yang kuat dan bersifat positif (searah). Untuk mengetahui betapa besar pengaruh tersebut dapat dilihat dari nilai koefisien determinasinya (*R square*) yaitu 0,102 yang memberikan pengertian bahwa 10,2% variabel kepuasan penumpang kereta api (Y) dapat dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel tangibles (X₁) dalam model regresi yang dihasilkan, sedangkan sisanya 89,8% dapat dipengaruhi atau dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti.

2. Pengaruh Reability terhadap Kepuasan Penumpang

a. Analisis Regresi Linier sederhana

Untuk mendapatkan rumusan persamaan regresi linear sederhana pengaruh *reability* (X₂) terhadap kepuasan penumpang kereta api (Y) perlu dilakukan analisis koefisien

regresi dengan menggunakan program SPSS, hasilnya adalah sebagai berikut:

- 1) Dari uji Anova atau F test didapat F hitung 176,202 dengan tingkat signifikansi 0,000. Karena nilai sig. Uji F lebih kecil dari 0,05, maka secara statistik koefisien regresi dikatakan signifikan atau regresi yang terbentuk dapat dipakai untuk memprediksi variabel kepuasan penumpang kereta api.
- 2) Coefficient nilai regresi dimana constanta = 10,889 dan koefisien regresi reability 0,596 sehingga persamaan regresi sederhana dapat ditulis: $\hat{Y} = 10,889 + 0,596 X_2 + e$

Dimana:

Y = Kepuasan penumpang kereta api

X₂ = Reability

e = Faktor lain

* Konstanta sebesar 10,889 menyatakan bahwa jika tidak ada tangibles maka skor kepuasan penumpang kereta api adalah 10,889.

* Koefisien regresi X₂ sebesar 0,596 menyatakan bahwa setiap penambahan satu skor reability akan meningkatkan skor

kepuasan penumpang kereta api sebesar 0,596.

b. Analisis Korelasi dan Determinan

Untuk melihat besarnya pengaruh antara variabel tersebut perlu dilakukan analisis koefisien korelasi, hasil analisis korelasi dapat dilihat dibawah ini:

Berdasarkan perhitungan menunjukkan besarnya korelasi (R) reability (X₂) terhadap kepuasan penumpang kereta api (Y) adalah 0,802, artinya pengaruh variabel reability terhadap kepuasan penumpang kereta api menunjukkan adanya korelasi yang kuat dan bersifat positif (searah). Untuk mengetahui betapa besar pengaruh tersebut dapat dilihat dari nilai koefisien determinasinya (R square) yaitu 0,643 yang memberikan pengertian bahwa 64,3% variabel kepuasan penumpang kereta api (Y) dapat dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel reability (X₂) dalam model regresi yang dihasilkan, sedangkan sisanya 35,7% dapat dipengaruhi atau dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti.

3. Pengaruh Responsiveness terhadap Kepuasan Penumpang

a. Analisis Regresi Linier sederhana

Untuk mendapatkan rumusan persamaan regresi linear sederhana pengaruh *responsiveness* (X_3) terhadap kepuasan penumpang kereta api (Y) perlu dilakukan analisis koefisien regresi dengan menggunakan program SPSS, hasilnya adalah sebagai berikut:

- 1) Dari uji Anova atau F test didapat F hitung 5,260 dengan tingkat signifikansi 0,024. Karena nilai sig. Uji F lebih kecil dari 0,05, maka secara statistik koefisien regresi dikatakan signifikan atau regresi yang terbentuk dapat dipakai untuk memprediksi variabel kepuasan penumpang kereta api.
- 2) Coefficient nilai regresi dimana constanta = 18,825 dan koefisien regresi *responsiveness* 0,201 sehingga persamaan regresi sederhana dapat ditulis: $\hat{Y} = 18,825 + 0,201X_3 + e$

Dimana:

Y = Kepuasan penumpang kereta api

X_2 = Responsiveness

e = Faktor lain

* Konstanta sebesar 18,825 menyatakan bahwa jika tidak ada *responsiveness* maka skor kepuasan penumpang kereta api adalah 18,825.

* Koefisien regresi X_3 sebesar 0,201 menyatakan bahwa setiap penambahan satu skor *responsiveness* akan meningkatkan skor kepuasan penumpang kereta api sebesar 0,201.

b. Analisis Korelasi dan Determinan

Untuk melihat besarnya pengaruh antara variabel tersebut perlu dilakukan analisis koefisien korelasi, hasil analisis korelasi dapat dilihat dibawah ini:

Berdasarkan perhitungan menunjukkan besarnya korelasi (R) *responsiveness* (X_3) terhadap kepuasan penumpang kereta api (Y) adalah 0,226, artinya pengaruh variabel *responsiveness* terhadap kepuasan penumpang kereta api menunjukkan adanya korelasi yang kuat dan bersifat positif (searah). Untuk mengetahui betapa besar

pengaruh tersebut dapat dilihat dari nilai koefisien determinasinya (*R square*) yaitu 0,051 yang memberikan pengertian bahwa 5,1% variabel kepuasan penumpang kereta api (Y) dapat dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel responsiveness (X_3) dalam model regresi yang dihasilkan, sedangkan sisanya 94,9% dapat dipengaruhi atau dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti.

4. Pengaruh Assurance terhadap Kepuasan Penumpang

a. Analisis Regresi Linier sederhana

Untuk mendapatkan rumusan persamaan regresi linear sederhana pengaruh *assurance* (X_4) terhadap kepuasan penumpang kereta api (Y) perlu dilakukan analisis koefisien regresi dengan menggunakan program SPSS, hasilnya adalah sebagai berikut:

1) Dari uji Anova atau F test didapat F hitung 11,505 dengan tingkat signifikansi 0,001. Karena nilai sig. Uji F lebih kecil dari 0,05, maka secara statistik koefisien regresi dikatakan signifikan atau regresi yang terbentuk dapat dipakai untuk memprediksi

variabel kepuasan penumpang kereta api.

2) Coefficient nilai regresi dimana constanta = 18,136 dan koefisien regresi assurance 0,232 sehingga persamaan regresi sederhana dapat ditulis: $\hat{Y} = 18,136 + 0,232X_4 + e$

Dimana:

Y = Kepuasan penumpang kereta api

X_2 = Assurance

e = Faktor lain

* Konstanta sebesar 18,136 menyatakan bahwa jika tidak ada assurance maka skor kepuasan penumpang kereta api adalah 18,136.

* Koefisien regresi X_4 sebesar 0,232 menyatakan bahwa setiap penambahan satu skor assurance akan meningkatkan skor kepuasan penumpang kereta api sebesar 0,232.

b. Analisis Korelasi dan Determinan

Untuk melihat besarnya pengaruh antara variabel tersebut perlu dilakukan analisis koefisien korelasi, hasil analisis korelasi dapat dilihat dibawah ini:

Berdasarkan perhitungan menunjukkan besarnya korelasi (R)

assurance (X_4) terhadap kepuasan penumpang kereta api (Y) adalah 0,324, artinya pengaruh variabel assurance terhadap kepuasan penumpang kereta api menunjukkan adanya korelasi yang kuat dan bersifat positif (searah). Untuk mengetahui betapa besar pengaruh tersebut dapat dilihat dari nilai koefisien determinasinya (*R square*) yaitu 0,105 yang memberikan pengertian bahwa 10,5% variabel kepuasan penumpang kereta api (Y) dapat dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel assurance (X_4) dalam model regresi yang dihasilkan, sedangkan sisanya 89,5% dapat dipengaruhi atau dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti.

5. Pengaruh Emphaty terhadap

Kepuasan Penumpang

a. Analisis Regresi Liniier

seederhana

Untuk mendapatkan rumusan persamaan regresi linear sederhana pengaruh *emphaty*(X_5) terhadap kepuasan penumpang kereta api (Y) perlu dilakukan analisis koefisien regresi dengan menggunakan program SPSS, hasilnya adalah sebagai berikut:

- 1) Dari uji Anova atau F test didapat F hitung 11,430 dengan tingkat signifikansi 0,001. Karena nilai sig. Uji F lebih kecil dari 0,05, maka secara statistik koefisien regresi dikatakan signifikan atau regresi yang terbentuk dapat dipakai untuk memprediksi variabel kepuasan penumpang kereta api.
- 2) Coefficient nilai regresi dimana constanta =17,244 dan koefisien regresi assurance 0,267 sehingga persamaan regresi sederhana dapat ditulis: $\hat{Y} = 17,244 + 0,267X_5 + e$

Dimana:

Y =Kepuasan penumpang kereta api

X_2 = Emphaty

e = Faktor lain

* Konstanta sebesar 17,244 menyatakan bahwa jika tidak ada emphaty maka skor kepuasan penumpang kereta api adalah 17,244.

* Koefisien regresi X_5 sebesar 0,267 menyatakan bahwa setiap penambahan satu skor emphaty akan meningkatkan skor kepuasan penumpang kereta api sebesar 0,267.

b. Analisis Korelasi dan

Determinan

Untuk melihat besarnya pengaruh antara variabel tersebut perlu dilakukan analisis koefisien korelasi, hasil analisis korelasi dapat dilihat dibawah ini:

Berdasarkan perhitungan menunjukkan besarnya korelasi (R) *emphaty* (X_4) terhadap kepuasan penumpang kereta api (Y) adalah 0,323, artinya pengaruh variabel *emphaty* terhadap kepuasan penumpang kereta api menunjukkan adanya korelasi yang kuat dan bersifat positif (searah). Untuk mengetahui betapa besar pengaruh tersebut dapat dilihat dari nilai koefisien determinasinya (*R square*) yaitu 0,104 yang memberikan pengertian bahwa 10,4% variabel kepuasan penumpang kereta api (Y) dapat dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel *emphaty* (X_5) dalam model regresi yang dihasilkan, sedangkan sisanya 89,6% dapat dipengaruhi atau dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti.

6. Hubungan Kepuasan

Penumpang (Y) Tangibles (X1), Reability (X2), Responsiveness (X3), Assurance (X4) dan Emphaty (X5)

Regresi linier berganda untuk melihat bagaimana pengaruh variabel *tangibles* (X_1), *reability* (X_2), *responsiveness* (X_3), *assurance* (X_4) dan *emphaty* (X_5) terhadap kepuasan penumpang kereta api (Y).

a. Analisis Regresi Linier Berganda (RLB)

Dari hasil perhitungan SPSS dapat diuraikan sebagai berikut:

- 1) Dari uji Anova atau F test didapat F hitung 46,019 dengan tingkat signifikansi 0,000. Karena nilai sig. Uji F lebih kecil dari 0,05, maka secara statistik koefisien regresi dikatakan signifikan (tolak H_0 dimana H_0 : Sig.F < 0,05) atau model regresi dapat dipakai untuk memprediksi variabel kepuasan penumpang kereta api.
- 2) Dari Coefficient didapat persamaan regresi sebagai berikut:

$$\hat{Y} = 4,913 + 0,093X_1 + 0,522 X_2 + 0,070 X_3 + 0,083X_4 + 0,105X_5 + e$$

Dimana:

Y =Kepuasan penumpang kereta api

X₁= Tangibles

X₂= Reability

X₃= responsiveness

X₄= Assurance

X₅= Emphaty

e = Faktor lain

Dalam rumus diatas dapat dijelaskan konstanta resgresi 4,913. Artinya jika mengabaikan kualitas pelayanan *tangibles* (X_1), *reability* (X_2), *responsiveness* (X_3), *assurance* (X_4) dan *emphaty*(X_5) adalah 4,913. Koefisien regresi tangibles adalah 0,093, artinya setiap penambahan satu satuan skortangibles akan meningkatkan skor kepuasan penumpang kereta api sebesar 0,093. Koefisien regresi tangibles adalah 0,093, artinya setiap penambahan satu satuan skor tangibles akan meningkatkan skor kepuasan penumpang kereta api sebesar 0,093.

Koefisien regresi reability adalah 0,522, artinya setiap penambahan satu satuan skorreability akan meningkatkan skor kepuasan penumpang kereta api sebesar 0,522. Koefisien regresi responsiveness adalah 0,070, artinya

setiap penambahan satu satuan skorresponsiveness akan meningkatkan skor kepuasan penumpang kereta api sebesar 0,070. Koefisien regresi responsiveness adalah 0,083, artinya setiap penambahan satu satuan skorassurance akan meningkatkan skor kepuasan penumpang kereta api sebesar 0,083. Koefisien regresi emphaty adalah 0,105, artinya setiap penambahan satu satuan skoremphaty akan meningkatkan skor kepuasan penumpang kereta api sebesar 0,105.

c. Analisis Korelasi dan Determinasi

Untuk melihat besarnya pengaruh antara variabel tersebut perlu dilakukan analisis koefisien korelasi, hasil analisis korelasi dapat dilihat dibawah ini:

Berdasarkan perhitungan menunjukkan besarnya koefisien korelasi (R) (*tangibles* (X_1), *reability* (X_2), *responsiveness* (X_3), *assurance* (X_4) dan *emphaty*(X_5)) secara bersama-sama terhadap kepuasan penumpang kereta api (Y) adalah 0,843, artinya pengaruh variabel *tangibles* (X_1), *reability* (X_2), *responsiveness* (X_3), *assurance* (X_4) dan

emphaty(X_5) secara bersama-sama terhadap kepuasan penumpang kereta api menunjukkan adanya korelasi yang kuat dan bersifat positif (searah). Untuk mengetahui berapa besar pengaruh tersebut dapat dilihat dari nilai koefisien determinasinya (R^2) yaitu 0,710 yang memberikan pengertian bahwa 71,0% variabel kepuasan penumpang kereta api (Y) Pada PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Wilayah Sub Divisi Regional III.1 Kertapati Palembang dapat dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel *tangibles* (X_1), *reability* (X_2), *responsiveness* (X_3), *assurance* (X_4) dan *emphaty*(X_5) secara bersama-sama dalam model regresi yang dihasilkan sedangkan sisanya 29% dipengaruhi atau dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

- 1 Kualitas pelayanan (*tangibles*(X_1), *reability* (X_2), *responsiveness* (X_3), *assurance* (X_4) dan *emphaty*(X_5)) secara bersama-sama terhadap kepuasan

penumpang kereta api menunjukkan adanya korelasi, besar pengaruh tersebut dilihat dari nilai koefisien determinasinya (R^2) yaitu 0,710 yang memberikan pengertian bahwa 71,0% variabel kepuasan penumpang kereta api (Y) dapat dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel *tangibles* (X_1), *reability* (X_2), *responsiveness* (X_3), *assurance* (X_4) dan *emphaty*(X_5) secara bersama-sama dalam model regresi yang dihasilkan sedangkan sisanya 29% dipengaruhi atau dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti.

- 2 *Tangibles* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan penumpang kereta api. Pengaruh ini dapat dilihat dari besarnya korelasi (R) *tangibles* (X_1) terhadap kepuasan penumpang kereta api (Y) adalah 0,320, artinya pengaruh variabel *tangibles* terhadap kepuasan penumpang kereta api menunjukkan adanya korelasi yang kuat dan bersifat positif (searah). Untuk mengetahui berapa besar pengaruh tersebut

dapat dilihat dari nilai koefisien determinasinya (*R square*) yaitu 0,102 yang memberikan pengertian bahwa 10,2% variabel kepuasan penumpang kereta api (Y) dapat dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel tangibles (X_1) dalam model regresi yang dihasilkan, sedangkan sisanya 89,8% dapat dipengaruhi atau dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti.

- 3 Reability berpengaruh signifikan terhadap kepuasan penumpang kereta api. Pengaruh ini dapat dilihat dari besarnya korelasi (R) reability (X_2) terhadap kepuasan penumpang kereta api (Y) adalah 0,802, artinya pengaruh variabel reability terhadap kepuasan penumpang kereta api menunjukkan adanya korelasi yang kuat dan bersifat positif (searah). Untuk mengetahui betapa besar pengaruh tersebut dapat dilihat dari nilai koefisien determinasinya (*R square*) yaitu 0,643 yang memberikan pengertian bahwa 64,3% variabel kepuasan penumpang kereta api (Y) dapat dijelaskan atau

dipengaruhi oleh variabel reability (X_2) dalam model regresi yang dihasilkan, sedangkan sisanya 35,7% dapat dipengaruhi atau dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti.

- 4 Responsiveness berpengaruh signifikan terhadap kepuasan penumpang kereta api. Pengaruh ini dapat dilihat dari besarnya korelasi (R) responsiveness (X_3) terhadap kepuasan penumpang kereta api (Y) adalah 0,226, artinya pengaruh variabel responsiveness terhadap kepuasan penumpang kereta api menunjukkan adanya korelasi yang kuat dan bersifat positif (searah). Untuk mengetahui betapa besar pengaruh tersebut dapat dilihat dari nilai koefisien determinasinya (*R square*) yaitu 0,051 yang memberikan pengertian bahwa 5,1% variabel kepuasan penumpang kereta api (Y) dapat dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel responsiveness (X_3) dalam model regresi yang dihasilkan, sedangkan sisanya 94,9% dapat

dipengaruhi atau dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti.

- 5 Assurance berpengaruh signifikan terhadap kepuasan penumpang kereta api. Pengaruh ini dapat dilihat dari besarnya korelasi (R) assurance (X_4) terhadap kepuasan penumpang kereta api (Y) adalah 0,324, artinya pengaruh variabel assurance terhadap kepuasan penumpang kereta api menunjukkan adanya korelasi yang kuat dan bersifat positif (searah). Untuk mengetahui betapa besar pengaruh tersebut dapat dilihat dari nilai koefisien determinasinya (*R square*) yaitu 0,105 yang memberikan pengertian bahwa 10,5% variabel kepuasan penumpang kereta api (Y) dapat dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel assurance (X_4) dalam model regresi yang dihasilkan, sedangkan sisanya 89,5% dapat dipengaruhi atau dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti.
- 6 Emphaty berpengaruh signifikan terhadap kepuasan penumpang kereta api. Pengaruh ini dapat dilihat dari besarnya besarnya

korelasi (R) emphaty (X_4) terhadap kepuasan penumpang kereta api (Y) adalah 0,323, artinya pengaruh variabel emphaty terhadap kepuasan penumpang kereta api menunjukkan adanya korelasi yang kuat dan bersifat positif (searah). Untuk mengetahui betapa besar pengaruh tersebut dapat dilihat dari nilai koefisien determinasinya (*R square*) yaitu 0,104 yang memberikan pengertian bahwa 10,4% variabel kepuasan penumpang kereta api (Y) dapat dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel emphaty (X_5) dalam model regresi yang dihasilkan, sedangkan sisanya 89,6% dapat dipengaruhi atau dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Saran

- 1) Bagi petugas PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Wilayah Sub Divisi Regional III.1 Kertapati Palembang agar dapat lebih meningkatkan lagi kualitas pelayanan agar penumpang

- kereta api selalu merasakan kepuasan dalam layanan yang diberikan oleh PT Kerata Api.
- 2) Bagi dunia Ilmu pengetahuan penelitian ini kirannya dapat dijadikan wacana dalam menambah ilmu pengetahuan.
 - 3) Bagi peneliti lainnya kirannya dapat dijadikan referensi untuk melakukan penelitian dengan variabel yang sama pada unit organisasi yang berbeda.

DAFTAR RUJUKAN

- Atep Adya Barata, 2003. Dasar – Dasar Pelayanan Prima, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka
- Amirullah, 2002. *Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Berry, Leonard L., dan A. Parasuraman. 1991. *A Marketing Sen'ice: cnmpting through quality*. New York: FreePress.
- Ghozali, Imam. (2002). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang
- Juwandi, Hendy Irawan. 2004. *Kepuasan Pelayanan Jasa*. Erlangga. Jakarta.
- Handoko, T. Hani. (2008). *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia* (edisi 2). Yogyakarta: BPF.
- Handayani, C. (2004). *Sosiologi 1*. Jakarta: Grafindo Media Pratama.
- Kotler, Philip. 2001. *Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Salemba Empat. Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani, A. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba.
- Moenir, 2002. *Manajemen Pelayanan Umum Indonesia*. Bumi Aksara. Jakarta
- Parasuraman, A., Berry, L., Zeithaml, V., (1998) 'Quality Counts in Service, Too', *Business Horizons*.
- Sugiono, 2008, *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung. Alfabeta.
- Suhartanto. D (2001). *Kepuasan Pelanggan : Pengaruhnya Terhadap Perilaku Konsumen di Industri Perhotelan*, (online). Tersedia : <http://www.Imfeui.com>.
- Sutopo, Suryanto, Andi, 2006, *Pelayanan Prima*, Lembaga Administrasi Negara, Jakarta
- Somantri, Ating dkk. (2006). *Aplikasi Statistika Dalam Penelitian*. Bandung: Pustaka Setia
- Swastha, Basu. 2000. *Azas-azas Marketing*. Liberty. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy, 2004, *Manajemen Jasa*, Edisi Kedua, Cetakan Kedua, Andi, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 1996, *Strategi Bisnis dan Manajemen*. Yogyakarta : Andi
- Yamit, Zulian, 2002, *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*, Cetakan kedua, Ekonisia Yogyakarta