

**SKRIPSI**

**PENGARUH PELAYANAN, FASILITAS, HARGA DAN BRAND IMAGE  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KERETA API KALIGUNG MAS**



**Disusun oleh:**

**APRILIA LOLIANA**

**NIM : 11130007**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS BISNIS UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA**

**YOGYAKARTA**

**2016**

**SKRIPSI**

**PENGARUH PELAYANAN, FASILITAS, HARGA DAN BRAND IMAGE  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KERETA API KALIGUNG MAS**

**Diajukan Kepada Fakultas Bisnis  
Program Studi Manajemen Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta  
Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**

**Disusun Oleh:**

**APRILIA LOLIANA**

**NIM. 11130007**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS BISNIS UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA**

**YOGYAKARTA**

**2016**

## HALAMAN PERSETUJUAN

### Lembar Pengesahan

Skripsi dengan judul :

“PENGARUH PELAYANAN, FASILITAS, HARGA DAN BRAND IMAGE TERHADAP  
KEPUASAN PELANGGAN KERETA API KALIGUNG MAS”

Telah disetujui dan dipertahan oleh :

APRILIA LOLIANA

11130007

Dalam Ujian Skripsi Program Studi Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana

Dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar

Sarjana Ekonomi pada tanggal 13 Januari 2017

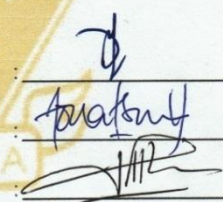
Nama Dosen

Tanda Tangan

1. Dr. Singgih Santoso, M.M

2. Jonathan Herdioko, S.E, M.M

3. Dra. Ambar Kusuma Astuti, M.Si



Yogyakarta, 17 JAN 2017

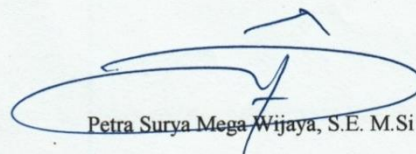
Disahkan Oleh :

Dekan,



Dr. Singgih Santoso, M.M

Ketua Program Studi,



Petra Surya Mega Wijaya, S.E. M.Si

# PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul :

### **“PENGARUH PELAYANAN FASILITAS HARGA DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KERETA API KALIGUNG MAS”**

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

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

Yogyakarta, 03 Januari 2017



( Aprilia Loliana )

11130007

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

- ♥ *“Berserulah kepadaKu, maka Aku akan menjawab engkau dan akan memberitahukan kepadamu hal-hal yang besar dan yang tidak terpahami yakni hal hal yang tidak kau ketahui (Yeremia.33:3)*
  
- ♥ *”Jadilah diri sendiri dan jangan menjadi orang lain, walaupun dia terlihat lebih baik dari kita”*
  
- ♥ *“I am not failed, I just tried thousand executions that haven’t succeeded yet.”*
  
- ♥ *“Hasil tidak akan menghianati usaha”*
  
- ♥ *Hati yang gembira adalah obat yang manjur tetapi semangat yang patah mengeringkan tulang (Amsal 17:22)*

## **SKRIPSI INI DIPERSEMBAHKAN KEPADA**

Tuhan Yesus Kristus, Bagi Dialah segala kemuliaan sampai selama-lamanya.

Papa dan Mama yang terbaik dan kakak adik yg selalu menyemangati

Sahabat-sahabat terbaik yang menemani dalam suka maupun duka.

### **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Buah pemikiran tulisan ini dipersembahkan untuk:

1. Tuhan Yesus Kristus.
2. Papa dan Mama yang memberikan perhatian, kasih sayang dan selalu mendoakan yang terbaik. Lita, Evan, Je Lidy Agnes dan saudara-saudaraku yang selalu mendukung dan selalu memberikan motivasi dalam kuliah saya. Terima kasih untuk semua waktu, semangat, perhatian dan doa yang tiada henti untukku.
3. Alm. Emak ku tersayang yang telah berada di Surga. Saya yakin Beliau bahagia melihat pencapaian saya dan selalu memberikan doa yang terbaik bagi saya dari sana.
4. Bapak Dr. Singgih Santoso, M.M. selaku Dosen Pembimbing. Terima kasih atas perhatian, bimbingan dan motivasi yang diberikan sangat membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Edy Nugroho SE. MSc terima kasih buat arahan serta bantuan agar skripsi ini menjadi lebih baik.

6. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana atas ilmu yang bermanfaat dan bantuan selama penulis belajar.
7. Teman terhebatku Jessica, Yohanes, Andi, Yosa, Denny, Stefayin, Nanto, Mega, Maria, yang selalu memberi motivasi dan bantuannya terhadap skripsiku. Terima kasih atas bantuan kalian dan memberi semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Sahabatku Apauw, Achien, Vania, Dona, Irene, Vania dan yang tidak mungkin disebutkan satu persatu.
9. Semua teman –teman Manajemen 2013, terima kasih untuk kebersamaan yang kita lewati selama di Universitas Kristen Duta Wacana.

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan berkat dan penyertaannya sehingga penulis bisa menyelesaikan Skripsi dengan judul **“Analisis Pengaruh Pelayanan Fasilitas Harga dan Brand Image Terhadap Kepuasan Pelanggan Kereta Api Kaligung Mas”** yang disusun sebagai syarat akademis untuk mendapatkan gelar Sarjana Strata Satu (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana.

Selama penyusunan skripsi ini banyak pihak yang dengan sangat tulus memberikan bantuan melalui Semangat dan motivasi untuk dapat menyelesaikan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis dengan segala kerendahan hati menyampaikan rasa terimakasih kepada semua pihak yang sudah membantu. Penulis menyadari skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa dukungan, bimbingan, bantuan serta doa dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan. Kritik dan saran sangat diharapkan untuk kesempurnaan penelitian di masa datang. Semoga Skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Yogyakarta, 03 Januari 2017

Aprilia Loliana



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
ABSTRAK .....	xv
ABSTRACT .....	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	3
1.3 Tujuan Penelitian .....	3
1.4 Manfaat Penelitian .....	3
1.5 Batasan Penelitian .....	4
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA .....	5
2.1 Landasan Teori .....	5
2.2 Kerangka Penelitian .....	13
2.3 Hipotesis .....	13
2.4 Penelitian Terdahulu .....	14

BAB 3 METODE PENELITIAN .....	15
3.1 Ruang Lingkup Penelitian .....	15
3.2 Tempat dan waktu penelitian.....	15
3.3 Bentuk penelitian.....	15
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	15
3.4.1 Data Primer.....	16
3.4.2 Data Sekunder .....	16
3.5 Populasi dan Sampel.....	17
3.5.1 Populasi .....	17
3.5.2 Sampel .....	17
3.6 Pengukuran Variabel .....	18
3.7 Metode Analisis Data .....	18
3.7.1 Uji Validitas.....	19
3.7.2 Uji Reliabilitas.....	19
3.8 Alat analisis data.....	20
3.8.1 Analisis regresi linier berganda .....	20
3.8.2 Uji Perisal (Uji-t).....	20
3.8.3 Uji Simultan (Uji-F) .....	21
3.8.4 Koefisien determinasi ( $R^2$ ) .....	22
BAB 4 ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....	23
4.1 Metode Analisis Data .....	23
4.1.1 Uji Validitas.....	23
4.1.2 Uji Reliabilitas.....	24

4.1.3 Statistik Deskriptif.....	25
4.2 Alat analisis data.....	30
4.2.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	30
4.2.2 Koefisien determinasi (R <sup>2</sup> ).....	32
4.2.3 Uji Signifikan Secara Simultan (Uji F) .....	33
4.2.4 Uji Signifikan Secara Parsial (Uji T).....	34
4.3 Pembahasan .....	36
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN .....	38
5.1 Deskripsi.....	38
5.2 Simpulan.....	38
5.3 Keterbatasan Penelitian .....	39
5.4 Saran .....	39
5.4.1 Bagi Perusahaan .....	39
5.4.2 Bagi Penelitian Selanjutnya.....	40
DAFTAR PUSTAKA.....	41

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian.....	13
Gambar 3.1 Sampel .....	18

©UKDW

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas .....	24
Tabel 4.2 Tabel Reliability Statistics.....	25
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	26
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	26
Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	27
Tabel 4.6 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	27
Tabel 4.7 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan per bulan.....	28
Tabel 4.8 Profil Responden Berdasarkan Intensitas penggunaan jasa .....	29
Tabel 4.9 Profil Responden Berdasarkan Pertimbangan penggunaan jasa .....	30
Tabel 4.10 Hasil Regresi Linier Berganda .....	31
Tabel 4.11 Analisis Regresi untuk Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	33
Tabel 4.12 Analisis Uji Signifikan Secara Simultan (Uji F).....	33
Tabel 4.13 Hasil Uji T .....	35

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Kuesioner .....	42
Lampiran Excel.....	47
Reliability .....	49
Frekuensi .....	51
Regresi.....	52
Formulir Revisi Judul Skripsi.....	53
SURAT IJIN PENELITIAN.....	55

©UKDW

## ABSTRAK

### PENGARUH PELAYANAN FASILITAS HARGA DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KERETA API KALIGUNG MAS

Pada penelitian ini terdapat lima variabel yang dianalisis pelayanan, fasilitas, harga dan brand image sebagai independen variabel yang mempengaruhi dependen variable yaitu kepuasan pelanggan kereta api Kaligung Mas. Sumber data meliputi data primer dan sekunder. Sampel dari penelitian ini adalah 100 responden pengguna jasa kereta api Kaligung Mas.

Metode yang digunakan oleh peneliti adalah analisis linier berganda dengan hasil variable yang berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa kereta api Kaligung Mas. Secara umum variable pelayanan, fasilitas, harga dan brand image berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sebesar 49% dan sisanya 51% dipengaruhi oleh variable lain yang tidak diteliti.

Kesimpulan dari penelitian ini fasilitas yang diberikan Kereta Api Kaligung Mas tergolong baik dan dengan harga yang ditetapkan oleh perusahaan cenderung sesuai dengan harapan konsumen karena harga tersebut sebanding dengan fasilitas yang didapatkan konsumen.

**Kata Kunci :** *Kepuasan Konsumen, pelayanan, fasilitas, harga, brand image.*

## ABSTRACT

### THE INFLUENCE OF SERVICE FACILITY PRICE AND BRAND IMAGE TOWARD KALIGUNG MAS TRAIN'S CUSTOMER SATISFACTION

In this paper, the author analyze five variables: service, facility, price and brand image as independent variable which influencing the dependent variable that is Kaligung Mas train's customer satisfaction. The data resource includes primary data and secondary data. This research's sample came from 100 respondents who're Kaligung Mas train's customers.

The author use multiple linear analysis method which resulting variable that influencing train customer's satisfaction significantly. Generally, service, facility, price and brand image variable affecting customer's satisfaction in amount 49% and the other 51% affected by other variable that wasn't researched.

This research conclude that facility which is given by Kaligung Mas train can be categorized as fine with the price that assigned by the company tend to match with customer's expectation because that price is at the same level with facilities received by costumers.

**Keyword:** *Customer's Satisfaction, service, facility, price, brand image*



## ABSTRAK

### PENGARUH PELAYANAN FASILITAS HARGA DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KERETA API KALIGUNG MAS

Pada penelitian ini terdapat lima variabel yang dianalisis pelayanan, fasilitas, harga dan brand image sebagai independen variabel yang mempengaruhi dependen variable yaitu kepuasan pelanggan kereta api Kaligung Mas. Sumber data meliputi data primer dan sekunder. Sampel dari penelitian ini adalah 100 responden pengguna jasa kereta api Kaligung Mas.

Metode yang digunakan oleh peneliti adalah analisis linier berganda dengan hasil variable yang berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa kereta api Kaligung Mas. Secara umum variable pelayanan, fasilitas, harga dan brand image berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sebesar 49% dan sisanya 51% dipengaruhi oleh variable lain yang tidak diteliti.

Kesimpulan dari penelitian ini fasilitas yang diberikan Kereta Api Kaligung Mas tergolong baik dan dengan harga yang ditetapkan oleh perusahaan cenderung sesuai dengan harapan konsumen karena harga tersebut sebanding dengan fasilitas yang didapatkan konsumen.

**Kata Kunci :** *Kepuasan Konsumen, pelayanan, fasilitas, harga, brand image.*

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pemasaran merupakan usaha terpadu untuk menggabungkan rencana-rencana strategis yang diarahkan kepada usaha pemuas kebutuhan dan keinginan konsumen untuk memperoleh keuntungan yang diharapkan melalui proses pertukaran atau transaksi.

Menurut Kotler (2001) Definisi Pemasaran berarti bekerja dengan pasar sasaran untuk mewujudkan pertukaran yang potensial dengan maksud memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia. Sehingga dapat dikatakan bahwa keberhasilan pemasaran merupakan kunci kesuksesan dari suatu perusahaan.

Industri jasa transportasi menjadi sektor yang menarik untuk diamati karena sebagian besar masyarakat menggunakan transportasi baik untuk keperluan bisnis maupun untuk kepentingan lainnya. Hal ini menandakan bahwa permintaan akan berbagai produk jasa oleh masyarakat saat ini, memang sedemikian besarnya dan tentunya menjadi suatu yang wajar bila memberikan dampak yang besar bagi pemilik modal yang akan berinvestasi di sektor ini.

Oleh sebab itu, sektor jasa kini menjadi ajang perebutan pasar dan persaingan untuk menjadi pemimpin. Pada kondisi persaingan usaha transportasi sekarang ini, aspek pelayanan kepada penumpang adalah titik krisis yang harus dikelola dengan baik. Perusahaan transportasi baik darat, laut, maupun udara membutuhkan perjuangan untuk mendapatkan calon penumpang dan berusaha mempertahankan penumpang yang sudah ada. Keberhasilan perjuangan tersebut sangat ditentukan oleh kemampuan perusahaan dalam memberikan kepuasan kepada penumpang.

Kereta Api merupakan salah satu alat transportasi darat yang memegang peranan penting bagi seluruh sektor terutama untuk menggerakkan perekonomian Indonesia. Selain untuk mengangkut orang-orang yang ingin melakukan perjalanan jauh maupun dekat, kereta api pun menjadi modal transportasi yang efektif untuk

mengangkut barang atau muatan dalam jumlah besar untuk jarak jauh, Kereta api merupakan salah satu alternatif transportasi dengan biaya yang relatif terjangkau, keselamatan, dan keamanan lebih diutamakan serta resiko kecelakaan lebih kecil. PT KAI adalah Badan Usaha Milik Negara yang menyelenggarakan jasa angkutan kereta api di Indonesia. Layanan PT KAI meliputi angkutan penumpang dan barang, Dan kini PT KAI mempermudah konsumen dalam mendapatkan tiket, konsumen dapat membeli tiket di indomaret, alfamart, seveneleven, oke tiket, tiket.kereta-api.co.id atau di agen-agen resmi lainnya dengan adanya ini pelanggan tidak perlu lagi antri untuk mendapatkan tiket. Pada kereta api Indonesia daerah operasional 4 Semarang wilayah kerjanya terdiri dari tiga kotamadya dan tiga belas kabupaten di wilayah Jawa Tengah, serta dua kabupaten di wilayah Jawa Timur, wilayah kerja di Jawa Tengah meliputi Kota Tegal, Kota Pekalongan, dan Kota Semarang sedangkan untuk kabupaten terdiri dari Kabupaten Tegal, Pemalang, Pekalongan, Batang, Kendal, Semarang, Purwodadi, Demak, Kudus, Jepara, Pati, Rembang dan Blora. Dalam penelitian ini obyek penelitiannya adalah kereta api kaligung mas.

Kereta Api Kaligung Mas adalah kereta ekonomi ac jurusan PP Semarang-Tegal, fasilitas ada di kereta Ekonomi Kaligung Mas ini adalah tiap gerbongnya terdapat pendingin udara(AC), ada layar tv, full music, kereta makan dan juga toilet. Kaligung Mas ini mempunyai pelayanan dengan standar yang tinggi, fasilitas lengkap, dan nyaman. Selain tingkat pelayanan, faktor harga yang mampu bersaing dengan transportasi lainya juga menjadi alasan dipilihnya Kereta Api Kaligung Mas dijadikan sebagai obyek penelitian. Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller yang dikutip dari buku Manajemen Pemasaran mengatakan bahwa Kepuasan Konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

- a) Apakah Pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan Kereta Api Kaligung Mas?
- b) Apakah Fasilitas mempengaruhi kepuasan pelanggan Kereta Api Kaligung Mas?
- c) Apakah Harga mempengaruhi kepuasan pelanggan Kereta Api Kaligung Mas?
- d) Apakah Citra Merek (brand image) mempengaruhi kepuasan pelanggan Kereta Api Kaligung Mas?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

- a) Untuk menganalisis pengaruh pelayanan terhadap kepuasan pelanggan kereta api Kaligung Mas.
- b) Untuk menganalisis pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan kereta api Kaligung Mas.
- c) Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan kereta api kaligung mas.
- d) Untuk menganalisis pengaruh brand image terhadap kepuasan pelanggan kereta api kaligung mas.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian adalah sebagai berikut:

- a) Manfaat bagi Mahasiswa, agar dapat memahami bagaimana tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan kereta api Kaligung Mas, mempelajari strategi dan cara Perusahaan untuk meningkatkan kualitas layanan dan

menganalisa kepuasan pelanggan berdasarkan pengetahuan yang di peroleh di perkuliahan.

- b) Manfaat bagi Masyarakat, agar masyarakat lebih banyak mengetahui informasi pelayanan mengenai kereta api Kaligung Mas PP Tegal-Semarang dan lebih memanfaatkan fasilitas yang sudah disediakan oleh PT.Kereta Api Kaligung Mas, sehingga mendapatkan kenyamanan dan kepuasan pelayanan dengan semaksimal mungkin.
- c) Manfaat bagi Perusahaan, sebagai bahan masukan bagi PTKereta Api Indonesia Daerah 4 Operasional Semarang dalam menyusun kebijakan dalam pengambilan keputusan untuk menetapkan harga tiket kereta api serta peningkatan pelayanan jasa yang diberikan kepada konsumennya.

## **1.5 Batasan Penelitian**

Agar masalah yang diteliti tidak terlalu luas, maka peneliti memberikan batasan masalah yang meliputi responden sebagai berikut:

### **1.5.1 Variabel yang diteliti dalam penelitian.**

- a) Variabel Dependen: Kepuasan Konsumen (*Consumer Satisfaction*)
- b) Variabel Independen: Pelayanan (*service*), Fasilitas (*facility*), Harga (*price*), Citra merek (*brand image*).

### **1.5.2 Responden Penelitian**

Responden yang dilibatkan dalam penelitian ini sebanyak 100 orang yang terdiri dari pengguna Jasa Kereta Api Kaligung Mas.

### **1.5.3 Periode Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan September sampai dengan bulan Desember tahun 2016.

## **BAB 5**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Deskripsi**

Dalam bab ini diuraikan tentang hal-hal yang terkait dengan kesimpulan hasil penelitian, keterbatasan penelitian dan saran peneliti untuk perusahaan dan penelitian kedepan.

#### **5.2 Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis mengenai analisis pengaruh pelayanan fasilitas harga dan brand image terhadap kepuasan pelanggan kereta api kaligung mas, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Profil 100 orang dari responden penelitian menunjukkan bahwa jumlah responden laki-laki 44 orang dan perempuan 56 orang dengan mayoritas berusia dibawah 25 tahun, pendidikan terakhir SMA, pekerjaan sebagai mahasiswa, pendapatan perbulan berkisar 1.000.000 - 5.000.000 dengan intensitas penggunaan jasa 1kali dan 2 kali berjumlah sama yaitu masing-masing 41 orang dan dengan pertimbangan menggunakan kereta supaya cepat sampai tujuan 45 orang.

2. Persamaan regresi menunjukkan  $Y = 0.788 + 0.107X_1 + 0.439X_2 + 0.179 X_3 + 0.113X_4$  Variabel yang mempengaruhi kepuasan konsumen pengguna jasa Kereta Api secara signifikan adalah fasilitas dan harga. Fasilitas yang diberikan Kereta Api Kaligung Mas tergolong baik dan dengan harga yang ditetapkan oleh perusahaan cenderung sesuai dengan harapan konsumen karena harga tersebut sebanding dengan fasilitas yang didapatkan konsumen.

### **5.3 Keterbatasan Penelitian**

Penelitian yang dilakukan oleh penulis tentang pengaruh pelayanan fasilitas harga dan brand image terhadap kepuasan pelanggan kereta api kaligung mas tidak terlepas dari keterbatasan dan kekurangan. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya terbatas pada konsumen pengguna jasa Kereta Api Kaligung Mas di Semarang Jawa Tengah.
2. Penulis melakukan penelitian terhadap kepuasan konsumen hanya sebatas jasa Kereta Api Kaligung Mas
3. Variabel yang diteliti oleh penulis mengenai kepuasan konsumen terhadap penggunaan jasa Kereta Api Kaligung Mas adalah pelayanan, fasilitas, harga dan brand image. Variable tersebut belum mewakili seluruh elemen yang mempengaruhi kepuasan penggunaan jasa Kereta Api Kaligung Mas.

### **5.4 Saran**

Berdasarkan hasil dari penelitian, saran yang dapat peneliti berikan adalah sebagai berikut:

#### **5.4.1 Bagi Perusahaan**

Studi ini disarankan dapat memberikan pemahaman pada penyebab kepuasan konsumen terhadap Kereta Api Kaligung Mas. agar tetap setia menggunakan jasa layanan dari perusahaan tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian analisis regresi linier berganda mengenai pengaruh pelayanan fasilitas harga dan brand image terhadap kepuasan pelanggan kereta api kaligung mas maka saran yang dapat diberikan oleh penulis adalah sebagai berikut :

a) Perusahaan harus terus meningkatkan pelayanan dari Kereta Api Kaligung Mas walaupun tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa Kereta Api Kaligung Mas.

b) Fasilitas berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa Kereta Api Kaligung Mas, fasilitas yang diberikan tetap harus dipertahankan dan bahkan perlu ditingkatkan.

c) Harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Apabila harga sesuai dengan harapan konsumen, tujuan dari konsumen terpenuhi dan fasilitas yang didapatkan juga sesuai dengan harapan konsumen maka dapat dipastikan tingkat kepuasan konsumen akan meningkat. Oleh karena itu perusahaan juga harus memperhatikan tarif yang diberikan agar sesuai dengan harapan dari para konsumen.

d) Perusahaan harus menjaga Brand Image dipasaran agar tetap baik meskipun tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa Kereta Api Kaligung Mas.

#### **5.4.2 Bagi Penelitian Selanjutnya**

Adapun saran yang diberikan oleh penulis untuk penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut :

- a) Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah cakupan jumlah responden dan cakupan area penelitian yang dilakukan menjadi lebih luas lagi.
- b) Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah jumlah produk yang diteliti dari suatu perusahaan.
- c) Untuk variable penelitian yang dilakukan oleh peneliti selanjutnya diharapkan lebih banyak lagi agar dapat mengetahui penyebab konsumen puas terhadap penggunaan jasa Kereta Api Kaligung Mas karena dalam penelitian ini masih banyak penyebab kepuasan konsumen selain dari variable yang diteliti.
- d) Diharapkan responden yang menjadi target penelitian minimal sudah 3 kali menggunakan jasa kereta api Kaligung Mas.



## DAFTAR PUSTAKA

- Aji, Wahyu Kartika. 2011. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien Klinik As Syifa di Kab Bekasi. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Pratiwi, Ade Duwana. 2012. Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Tiket Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Kereta Api Kaligung Mas Kelas Eksekutif Pada PT Kai Daop 4 Semarang. Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro, Semarang.
- Fristiana, Dessy Amelia. Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rama Swalayan Peterongan Semarang. 2012. Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis. Universitas Diponegoro, Semarang
- Tjiptono. 2003. Karakteristik Jasa
- Fuad, Muhammad. Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Layanan dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Bus Trans Jogja di Yogyakarta. 2016. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Yogyakarta
- Kotler, Philip. 2002. Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian. Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler, Philip. Armstrong Gary. Prinsip-prinsip Pemasaran. Jilid 1. Penerbit Erlangga.
- Shilfana, Ifah. Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Depot Air Minum Tirta Mulya. Fakultas Ekonomi. Universitas Ahmad Dahlan, Yogyakarta.