

**Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen  
Pada Jasa Kereta Api di Yogyakarta**

**SKRIPSI**



**Disusun Oleh :**

**YESI HUTABARAT**

**11084679**

**FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA**

**YOGYAKARTA**

**2012**

# **Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Pada Jasa Kereta Api di Yogyakarta**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen  
Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta  
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat  
Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi

Disusun oleh :

**YESI HUTABARAT**

**NIM : 11084679**

**Jurusan : Manajemen**

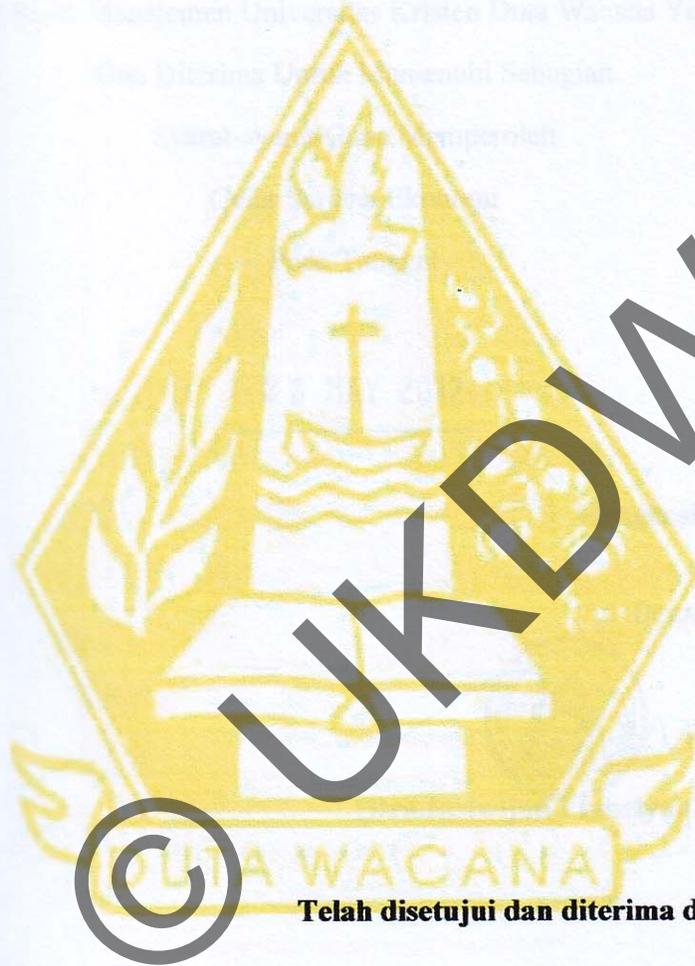
**FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA**

**YOGYAKARTA**

**2012**

**HALAMAN PERSETUJUAN**



**Telah disetujui dan diterima dengan baik oleh,**

**Dosen Pembimbing Skripsi**

**Yogyakarta ,23 April 2012**

**(Ambar Kusuma Astuti, SE,M.Si)**

**HALAMAN PENGESAHAN**

Dipertahankan Di Depan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi  
Program Studi Manajemen Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Dan Diterima Untuk Memenuhi Sebagian

Syarat-syarat Guna Memperoleh

Gelar Sarjana Ekonomi

Pada Tanggal

23 MAY 2012

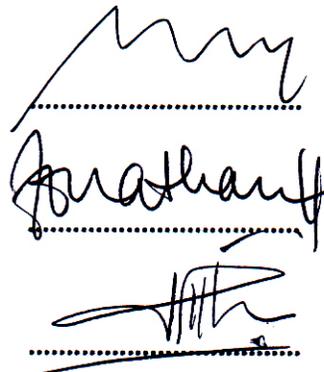
Mengesahkan

Dekan,

(Dra.Insiwijati Prasetyaningsih, MM)

**Dewan Penguji:**

- I. Dra. Ety Istriani ,MM
- II. Jonathan Herdioko SE,MM
- III. Ambar Kusuma Astuti SE,M.Si



## MOTTO

*Tuhan selalu memberikan harapan pada yang tidak menyerah, mujizat pada yang percaya dan Dia tidak meninggalkan mereka yang berjalan bersamaNya.*

*Bermimpilah tentang apa yang ingin kamu impikan, pergilah ke tempat-tempat kamu ingin pergi, jadilah seperti yang kamu inginkan, karena kamu hanya memiliki satu kehidupan dan satu kesempatan untuk melakukan hal-hal yang ingin kamu lakukan.*

*Senyum adalah anugrah Tuhan bagi setiap manusia yang mengandung cahaya kebaikan dan kesucian, membawa kedamaian bagi yang melihat, dan menumbuhkan belas kasih bagi yang memberi. Maka tersenyumlah kepada semua orang.*

# *Halaman Persembahan*

*Kupersembahkan Kepada :*

*Tuhan Yesus Kristus*

*Bapak dan Ibu*

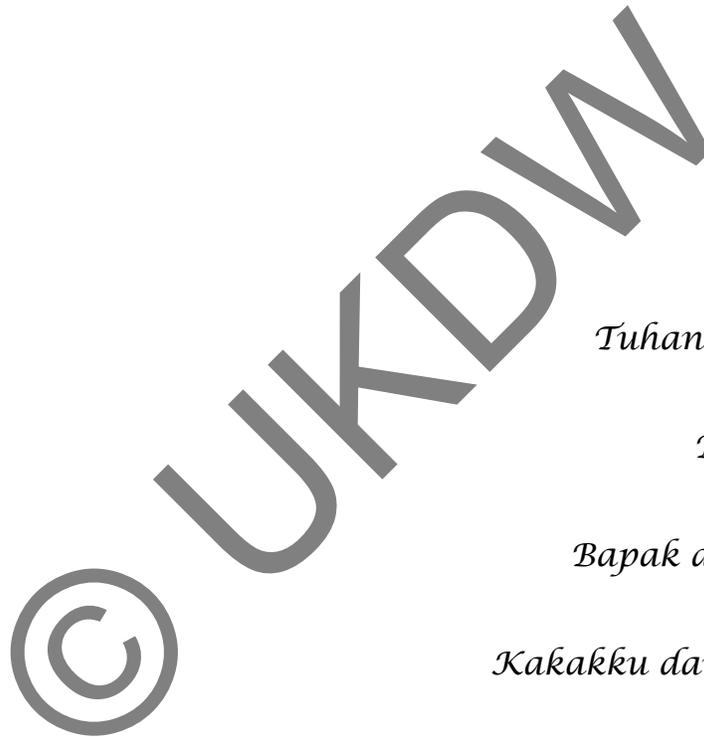
*Bapak dan Ibu Hasim*

*Kakakku dan Adik-adikku*

*Dosen Pembimbingku*

*All My friends*

*Almamaterku Universitas Kristen Duta Wacana*



## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan berkat-berkat-NYA sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Pada Jasa Kereta Api di Yogyakarta** dengan baik. Penulisan skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan untuk mencapai Gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.

Selama penyusunan skripsi ini, penyusun mendapatkan banyak bantuan, bimbingan, pengarahan, dan dukungan, maupun informasi dari berbagai pihak. Pada kesempatan inilah, penyusun mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada :

1. Tuhan Yesus, atas berkat dan anugerahNya hingga semua penyusunan skripsi ini dapat berjalan lancar dan sesuai dengan kehendakNya.
2. Dosen pembimbing skripsi yaitu Bu Ambar Kusuma Astuti, yang telah membimbing saya selama pengerjaan skripsi ini, Tuhan memberkati Ibu dan keluarga selalu.
3. Segenap staff pengajar Fakultas Bisnis dan Perpustakaan yang telah membekali penulis dengan berbagai ilmu, juga staff administrasi yang telah memberikan bantuan-bantuan teknis kepada penulis.
4. Buat Bapa dan Ibu tersayang, terimakasih atas doa dan dukungannya selama ini. Maafin anakmu ini klo sering bersalah.... love u so much deh pokoknya.
5. Bapak dan Ibu Hasim Djojohadikusumo, terimakasih telah memberikan kesempatan pada saya untuk bisa melanjutkan kuliah dengan beasiswa yang telah kalian berikan. Mungkin tanpa kebaikan kalian aku tidak akan seperti ini.
6. Saudara-saudaraku, kakakq Lina tersayang makasih atas bantuannya selama ini.... adek2Q Mrisda yang paling cerewet mkasih atas motivasi dan dukungannya...

- Buat Wandu, Maria, Lamria and Ferdinan makasih buat semua bantuannya. Q sayang kalian semuanya.
7. Buat sepupu2Q yang di Jogja , buat bang andrew yang baik hati makasih atas bantuan n motivasinya selama q kuliah meskipun pernah memarahiku disaat IP ku anjlok, tapi itu semua demi kebaikan Q hehehhe... buat Dendi dan Kevin trimakasih atas bantuan kalian semua. Dan juga buat Uda Erwin yang selalu siap membantu disaat Q butuh apapun.. makasih banget ya UdaQ ... DOAQ selalu mnyertaimu.
  8. Sahabat2Q yang q temukan selama kuliah di UKDW (Icha, Yusiana, Valen and rini) makasih karena kalian sudah menghiburku n membuatku tertawa selama kuliah ini. Semoga persahabatan kita tetap berlanjut dimanapun kita berada.... jangan lupain kita2 yah klo udah suksessss... buat icha semangat terus kuliahnya biar cepat menyusul kita yah.... bestfriendQ forever n miss you so much deh pokoknya.
  9. Buat sahabat2Q yang juga selalu ada dalam hari2Q (Nindy, Uthe, Lovy and Sonya) makasih yah sudah menghibur n menemaniQ baik duka maupun suka..... khususnya buat lovy n sonya yang sudah Q anggap sebagai keluargaQ.... makasih banget selalu ada disaat Q sedih maupun susah. Q sangat bersyukur punya sahabat seperti kalian yang sabar n mandiri banget... Q banyak belajar sabar juga dari kalian.... LOVE U SO MUCH deh pokoknya.
  10. Buat teman2 kostQ 321 yang jail2 tapi baik hati (Dita, Vecca, Wahyu, Yusta and Christin) makasih yah buat kalian semua yang sudah ikut bantu SkripsiQ...Q gk bakalan lupa deh sama kejailan kalian semua.... buat vecca yang lgi skripsi

semangat deh buat kamu jangan patah semangat.... buat dita yang paling jail semangat juga buat kuliahnya yah... buat wahyu yang sudah kerja tetap berkarya ditempat kerja n cepat sembuh yah penyakitnya & jangan lupa selalu berdoa ... buat yusta n christin yang lagi kuliah ayooo semangat biar target kalian tercapai jangan sampai ada kata terlanjur yah.

11. Buat semua teman2 gerejaQ yang selama ini selalu ada bagiku, khususnya fresh BT 2 yang selalu sabar buatQ n teman2 lain yang tidak dapat Q sebutkan satu persatu... makasih deh buat semuanya.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangannya, untuk itu segala kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan.

Akhir kata saya ucapkan terimakasih dan mudah-mudahan skripsi ini dapat bermanfaat, khususnya bagi penulis dan pembaca.



Yogyakarta, .....2012

Yesi Hutabarat

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGAJUAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRAKSI .....	xvi
 <b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Batasan Masalah.....	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian .....	8
a. Bagi Penulis.....	8
b. Bagi Perusahaan.....	8
c. Bagi Pihak Lain.....	8
 <b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
2.1 Penelitian Terdahulu .....	9
2.2 Pengertian Pemasaran Jasa.....	9
2.3 Pengertian Karakteristik Jasa .....	11
2.4 Pengertian Kualitas Layanan .....	12

2.5 Pengertian Kepuasan Konsumen.....	16
2.6 Mengukur Kepuasan Pelanggan .....	18
2.7 Metode Penelitian .....	21
2.8 Pengembangan Hipotesis .....	22

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1 Lokasi Penelitian.....	23
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian .....	23
3.2.1 Populasi Penelitian.....	23
3.2.2 Sampel Penelitian.....	23
3.3 Metode Pengambilan Sampel .....	24
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	24
3.4.1. Jenis Data.....	24
3.4.2. Teknik Pengumpulan .....	25
3.5 Skala Pengukuran Variabel Penelitian.....	25
3.6 Metode Pengujian Instrumen Penelitian.....	26
3.6.1. Uji Validitas.....	26
3.6.2. Uji Reliabilitas.....	27
3.7 Metode Analisis Data.....	28
3.7.1. Analisis Deskriptif .....	28
3.7.2. Analisis Linear Regresi Berganda .....	28
3.8 Pengujian Hipotesis.....	30
3.8.1. Uji Parsial (Uji t).....	30
3.8.2. Uji simultan (Uji F).....	32
3.8.3. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	33

### **BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

4.1 Gambaran Umum Penelitian.....	35
4.2 Uji Validitas .....	37
4.3 Uji reliabilitas.....	37
4.4 Analisis Deskriptif (Prosentase).....	38
4.4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	39

4.4.2	Profil Responden Berdasarkan Jenis Usia .....	40
4.4.3	Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	40
4.4.4	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	41
4.4.5	Profil Responden Berdasarkan Pendapatan .....	42
4.4.6	Profil Responden Berdasarkan Pengguna Jasa Kereta Api.....	42
4.5	Analisis Regresi Berganda.....	43
4.6	Analisis Uji Parsial (Uji t).....	45
4.7	Analisis Uji Simultan (Uji F).....	48
4.8	Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	51
4.9	Pembahasan Hasil.....	53
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>		
5.1	Kesimpulan .....	57
5.1.1	Karakteristik reponden.....	57
5.1.2	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	58
5.2	Saran .....	59
5.3	Keterbatasan Penelitian dan Rekomendasi .....	60
DAFTAR PUSTAKA .....		62



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Siklus Jasa .....	13
Gambar 2.2 Konsep Kepuasan Pelanggan .....	17

© UKDW

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Uji Validitas .....	34
Tabel 4.2. Uji Reliabilitas .....	36
Tabel 4.3. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	37
Tabel 4.4. Profil Responden Berdasarkan Jenis Usia .....	38
Tabel 4.5. Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	38
Tabel 4.6. Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	39
Tabel 4.7. Profil Responden Berdasarkan Pendapatan .....	39
Tabel 4.8. Profil Responden Berdasarkan Pengguna Jasa Kereta Api.....	40
Tabel 4.9. Uji Analisis Regresi Berganda.....	41
Tabel 4.10. Uji Parsial (Uji t).....	47
Tabel 4.11. Uji Simultan (Uji F).....	48
Tabel 4.12. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	50



UKDW

## DAFTAR LAMPIRAN

- LAMPIRAN I : KUESIONER
- LAMPIRAN II : DATA MENTAH UNTUK PENGUJIAN VALIDITAS DAN  
RELIABILITAS
- LAMPIRAN III : DATA MENTAH UNTUK PENGUJIAN PROFIL  
RESPONDEN
- LAMPIRAN IV : ANALISIS UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS
- LAMPIRAN V : ANALISIS UJI PROFIL RESPONDEN
- LAMPIRAN VI : ANALISIS REGRESI BERGANDA, UJI  $t$  DAN UJI F
- LAMPIRAN VII : SURAT IJIN BAPEDA
- LAMPIRAN VIII : TABEL R DAN TABEL T



## ABSTRAK

Moda transportasi kereta api menjadi salah satu jenis transportasi darat yang cukup penting di Indonesia, sebab merupakan transportasi massal yang diminati oleh masyarakat. Namun hingga kini perkembangan industri ini belum maksimal seperti halnya industri kerusakan jalan tol yang mengakibatkan sering terjadi kecelakaan, banyaknya sarana dan prasarana yang sudah tua sehingga tidak layak lagi untuk digunakan, serta para pedagang yang masuk sembarangan tanpa mempunyai surat ijin yang mengakibatkan akan mengganggu kenyamanan konsumen di dalam kereta. Ini adalah sebuah bentuk pelayanan yang diberikan oleh pihak Kereta Api kepada konsumennya. Salah satu faktor yang menentukan kepuasan konsumen adalah persepsi konsumen mengenai kualitas jasa yang berfokus pada lima dimensi kualitas jasa, yaitu bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati. Salah satu organisasi yang bergerak dalam bidang pelayanan kepada publik adalah PT. Kereta Api Yogyakarta

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati terhadap kepuasan konsumen pada jasa Kereta Api di Yogyakarta. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah manajemen pemasaran yang berhubungan dengan kualitas pelayanan, populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang datang maupun pergi melalui Stasiun Tugu Yogyakarta. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik random Sampling. Jenis datanya adalah primer. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi berganda dengan melakukann uji parsial t dan uji simultan F.

Hasil penelitian dengan menggunakan SPSS Versi 17 menunjukkan bahwa : (1) Secara bersama-sama atau simultan bahwa kualitas jasa yang dilihat dari 5 dimensi: Bukti fisik (*Tangibles*), Keandalan (*Reliability*), Daya tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), dan Empati (*Emphaty*) berpengaruh positif maupun signifikan terhadap kepuasan konsumen pada jasa Kereta Api di yogyakarta . (2) secara parsial bahwa kualitas jasa yang dilihat dari 5 dimensi bahwa hanya 4 dimensi : Bukti fisik (*Tangibles*), Keandalan (*Reliability*), Jaminan (*Assurance*), dan Empati (*Emphaty*) berpengaruh positif maupun signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan Daya tanggap (*Responsiveness*) secara parsial tidak berpengaruh positif maupun signifikan terhadap kepuasan konsumen pada jasa Kereta Api di Yogyakarta . variabel yang memiliki pengaruh signifikan adalah Keandalan (*Reliability*).

Nilai koefisien determinasi (Adjusted R Square)  $R^2 = 0,595$ , yang artinya secara keseluruhan variabel independent mulai dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati mampu menjelaskan variabel dependent yaitu kepuasan konsumen (Y) sebesar 59,5%. Sedangkan sisanya sebesar 39,5% (100% - 59,5%) dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati dan  
Kepuasan Konsumen

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Persaingan yang kian tajam membuat perusahaan harus jeli dalam menentukan strategi perusahaan yang dijalankan. Perusahaan semakin diuntut untuk meningkatkan daya saing agar dapat bertahan dalam kondisi perekonomian seperti ini. Kondisi seperti ini membuat konsumen menjadi lebih pemilih terhadap jasa yang ada dipasar. Perusahaan perlu melakukan strategi yang baik agar dapat menghasilkan jasa yang sesuai dengan keinginan konsumen. Konsumen menginginkan jasa yang berkualitas baik dengan jaminan dan adanya rasa aman. Tidak ketinggalan juga adanya persaingan dalam bisnis jasa perkotaan. Kehadiran Kereta Api di Indonesia akan memudahkan konsumen untuk bepergian. Selain harga yang murah juga ketepatan dan kenyamanan menggunakan kereta api disbanding dengan bus atau travel-travel lainnya.

Moda transportasi kereta api menjadi salah satu jenis transportasi darat yang cukup penting di Indonesia, sebab merupakan transportasi massal yang diminati oleh masyarakat. Pentingnya transportasi tersebut tercermin pada semakin meningkatnya kebutuhan akan jasa angkutan bagi mobilitas orang serta barang sebagai akibat meningkatnya perkembangan penduduk dan pengembangan pemukiman yang semakin luas. Oleh karena itu, untuk memenuhi kebutuhan tersebut, maka perlu adanya penyediaan jasa transportasi yang makin meningkat baik jumlah maupun

kualitas yang menyangkut keamanan, kenyamanan, tepat waktu, dan efisien. Dengan semakin meningkatnya kebutuhan akan jasa transportasi maka semakin banyak perusahaan yang bergerak di bidang transportasi sehingga akan meningkatkan pula persaingan dalam bidang transportasi. Oleh karena itu setiap perusahaan yang bergerak didalamnya harus memiliki strategi yang efektif untuk memenangkan persaingan.

Banyak faktor-faktor yang menyebabkan seringkali terjadi permasalahan didalam dunia perkotaan. Sebagai contoh adanya ketidakmampuan daya angkut kereta dibanding jumlah penumpang. Sehingga seringkali menyebabkan penumpang naik keatas gerbong kereta api. Kemudian sering terlambatnya jadwal datang dan keberangkatan kereta api yang menyebabkan penumpang menumpuk di stasiun, sehingga ketika kereta api datang mereka berebut untuk naik dan tidak menutup kemungkinan akan sering terjadi kriminal seperti, pencopetan dan hal-hal lain yang tak terduga. Memang tidak seratus persen kesalahan PT Kereta Api Indonesia, namun hendaknya sebagai penyedia jasa angkutan tetap memperhatikan hal-hal yang seperti itu demi keamanan dan keselamatan penumpang.

Pelayanan jasa PT Kereta Api yang masih minim ini seringkali menjadi masalah bagi pengguna jasa kereta api baik pengguna jasa kereta api eksekutif, bisnis maupun ekonomi yang menyebabkan turunnya jumlah pengguna kereta api. Dalam aspek pelayanan, selalu mengundang keluhan-keluhan masyarakat pengguna jasa angkutan kereta api. Keluhan-keluhan mulai dari ketidakbersihan toilet, rasa tidak aman dan tidak nyaman akibat jumlah penumpang yang melebihi batas maksimal yang dapat

ditampung oleh jasa angkutan kereta api, kemudian kendala dalam penjualan tiket yang masih banyak mengalami kesalahan atau ketidakpastian dalam hal kepastian tiket yang dijual yang membuat konsumen akan ragu jika membeli tiket di agen-agen yang belum resmi. Penjelasan di atas menunjukkan bahwa antara perumusan strategi dengan implementasi khususnya dalam hal pelayanan kepada konsumen yang dilakukan oleh PT Kereta Api (Persero) belum ada kecocokan, sehingga hasil yang diperoleh belum maksimal atau optimal. Seharusnya antara strategi perusahaan dengan implementasinya haruslah seimbang supaya tujuan yang tertuang dalam misi perusahaan dapat tercapai. Dalam periode 2004-2008 total panjang rel Kereta Api di Indonesia mengalami pertumbuhan rata-rata 1,6% yaitu menjadi 4,813,000 km dibandingkan 4.517.197 km pada 2004. Semakin meningkatkannya panjang rel selama periode waktu 5 tahun ini karena banyaknya peremajaan dan pembangunan rel. Untuk meningkatkan sarana jalan rel Kereta Api, pemerintah giat melakukan rehabilitasi dan membuka sejumlah rel yang tidak dioperasikan lagi, untuk mendorong kegiatan perekonomian di daerah tersebut. Selain itu pemerintah juga menata perlintasan Kereta Api yang banyak dipenuhi pemukiman kumuh agar perlintasan rel menjadi aman.

Pada penelitian ini, penulis akan lebih fokus meneliti pada jasa Kereta Api pada Stasiun Tugu Yogyakarta dimana respondennya adalah masyarakat umum Yogyakarta yang pernah menggunakan jasa Kereta Api yang pergi maupun datang melalui stasiun Tugu Yogyakarta. Disini penulis akan melihat bagaimanakah sikap dari responden tersebut dilihat dari variabel-variabel pembentuk kepuasan konsumen

seperti: : bukti fisik (*Tangibles*), Keandalan (*Realibility*), Daya tanggap (*Responsivenes*), jaminan (*Assurance*), dan Empati (*Empathy*). Dengan adanya variabel-variabel tersebut, konsumen akan lebih dimudahkan dalam menilai pelayanan yang diberikan oleh pihak karyawan PT. Kereta Api tersebut. Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka peneliti ingin mengkaji permasalahan mengenai ” Faktor-faktor yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen Pada Jasa Kereta Api di Yogyakarta”

## **1.2. Rumusan Masalah**

Setelah mengetahui dan memahami uraian dari latar belakang masalah di atas, dirumuskan beberapa pokok masalah yang akan dikaji lebih dalam. Perumusan masalah dalam penulisan skripsi ini yaitu:

1. Apakah Bukti fisik (*Tangibles*) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada Jasa Kereta Api di Yogyakarta ?
2. Apakah Keandalan (*Realibility*) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada Jasa Kereta Api di Yogyakarta?
3. Apakah Daya Tanggap (*Responsivenes*) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada Jasa Kereta Api di Yogyakarta?
4. Apakah Jaminan (*Assurance*) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada Jasa Kereta Api di Yogyakarta?

5. Apakah Empati (*Empathy*) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada Jasa Kereta Api di Yogyakarta?

### 1.3. Batasan Masalah

Agar pembatasan terhadap obyek yang akan diteliti tidak terlalu luas maka perlu adanya fokus penelitian sehingga menjadi lebih terarah terhadap permasalahan yang ada, maka peneliti membatasi penelitian ini pada:

1. Variabel yang digunakan untuk mengukur faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah :
  - a. Bukti Fisik (*Tangibles*), meliputi penampilan fasilitas fisik seperti gedung dan tata letak ruangan dalam, tersedianya tempat parkir, kebersihan, kerapian, dan kenyamanan ruangan. Kelengkapan peralatan komunikasi dan penampilan karyawan.
  - b. Daya Tanggap (*Responsiveness*), yaitu respon atau kesigapan karyawan dalam membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap, yang meliputi kesigapan dalam melayani konsumen, kecepatan menangani transaksi, dan penanganan keluhan-keluhan konsumen.
  - c. Keandalan (*Reliability*), yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan janji yang ditawarkan.
  - d. Jaminan (*Assurance*), meliputi kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas keramahtamahan, perhatian dan kesopanan dalam memberi pelayanan, ketrampilan dalam memberi

informasi, kemampuan dalam memberikan keamanan di dalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan, dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan. Dimensi dari kepastian atau jaminan ini merupakan gabungan dari dimensi:

- Kompetensi (*Competence*), yaitu ketrampilan dan pengetahuan yang dimiliki oleh para karyawan untuk melakukan pelayanan.
  - Kesopanan (*Courtesy*), yang meliputi keramahan, perhatian dan sikap karyawan.
  - Kredibilitas (*Credibility*), meliputi hal-hal yang berhubungan dengan kepercayaan kepada perusahaan, seperti reputasi, prestasi dan sebagainya.
- e. Empati (*Empathy*), yaitu perhatian secara individual yang diberikan perusahaan kepada konsumen seperti kemudahan untuk menghubungi perusahaan, kemampuan karyawan untuk berkomunikasi dengan konsumen, dan usaha perusahaan untuk memahami keinginan dan kebutuhan konsumennya. Dimensi Empathy ini merupakan penggabungan dari dimensi:
- Akses (*Access*), meliputi kemudahan memanfaatkan jasa yang ditawarkan perusahaan.

- Komunikasi (*Communication*), merupakan kemampuan melakukan komunikasi untuk menyampaikan informasi kepada konsumen atau memperoleh masukan dari konsumen.
  - Pemahaman pada konsumen (*Understanding the Customer*), meliputi usaha perusahaan untuk mengetahui dan memahami kebutuhan dan keinginan konsumen.
2. Responden yang mengisi kuisioner adalah semua pengguna jasa Kereta Api yang berangkat maupun datang melalui stasiun Tugu Yogyakarta

#### **1.4. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan uraian pada latar belakang serta pokok permasalahan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh Bukti fisik (*Tangibles*) terhadap kepuasan konsumen pada Jasa Kereta Api di Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui pengaruh Keandalan (*Realibility*) terhadap kepuasan konsumen pada Jasa Kereta Api di Yogyakarta.
3. Untuk mengetahui pengaruh Daya Tanggap (*Responsivenes*) terhadap kepuasan konsumen pada Jasa Kereta Api di Yogyakarta.
4. Untuk mengetahui pengaruh Jaminan (*Assurance*) terhadap kepuasan konsumen pada Jasa Kereta Api di Yogyakarta.

5. Untuk mengetahui pengaruh Empati (*Empathy*) terhadap kepuasan konsumen pada Jasa Kereta Api di Yogyakarta.

### **1.5. Manfaat Penelitian**

Dari penelitian ini diharapkan dapat mencapai manfaat penelitian sebagai berikut:

#### **a. Bagi Penulis**

Dengan melakukan penelitian ini, penulis dapat menerapkan ilmu yang didapat dari bangku kuliah dan menambah wawasan tentang masalah yang terjadi secara nyata disuatu lingkungan tertentu, khususnya masalah yang berhubungan dengan penilaian dari masyarakat umum terhadap jasa Kereta Api yang datang maupun pergi melalui stasiun Tugu Yogyakarta yang dilihat dari pelayanannya.

#### **b. Bagi perusahaan**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi perusahaan dalam mengidentifikasi variabel-variabel kepuasan konsumen dalam dunia jasa perkotaan guna untuk mengambil tindakan memperbaiki, meningkatkan, serta mengembangkan kinerja untuk kedepannya.

#### **c. Bagi pihak lain**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti-peneliti lainnya yang melakukan penelitian obyek yang sama.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Kesimpulan**

Hasil penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen pada jasa kereta api di Yogyakarta, maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

##### **1. Karakteristik Responden**

Setelah melakukan penelitian terhadap 100 responden sebagai sampel penelitian maka diperoleh profil responden yang dihitung dengan menggunakan analisis persentase dengan olah data dengan menggunakan SPSS versi 17 adalah sebagai berikut:

- a. Berdasarkan jenis kelamin bahwa jumlah responden yang paling banyak adalah pria yaitu sebesar 59% ,
- b. Berdasarkan usia bahwa jumlah responden yang paling banyak adalah yang berumur 18 – 25 tahun yaitu sebesar 62%,
- c. Berdasarkan pendidikan terakhir bahwa jumlah responden yang paling banyak adalah berpendidikan SMA yaitu sebesar 56%,
- d. Berdasarkan pekerjaan bahwa jumlah responden yang paling banyak adalah pekerjaan lain-lain (mahasiswa, petani dll) sebesar 66%,

- e. Berdasarkan tingkat pendapatan jumlah responden yang paling banyak adalah kurang dari Rp.1,000,000 yaitu sebesar 51%,
- f. Berdasarkan berapa kali menggunakan jasa Kereta Api jumlah responden yang paling banyak adalah diatas 12 kali yaitu sebesar 40%.

## 2. Analisis regresi Linear berganda

Hubungan masing-masing variabel terhadap kepuasan konsumen adalah sebagai berikut:

- a. Dari hasil analisis data dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel mulai dari Bukti fisik (*Tangibles*), Keandalan (*Reliability*), Daya tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), dan Empati (*Emphaty*) secara bersama-sama berpengaruh positif maupun signifikan terhadap kepuasan konsumen.
- b. Dari hasil analisis data dapat disimpulkan bahwa variabel Bukti fisik (*Tangibles*), Keandalan (*Reliability*), Jaminan (*Assurance*), dan Empati (*Emphaty*) secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan variabel Daya Tanggap (*Responsiveness*) secara parsial tidak berpengaruh positif maupun signifikan terhadap kepuasan konsumen.

## 5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, sebagai saran untuk perbaikan dalam pelayanan jasa Kereta Api Yogyakarta terhadap konsumen untuk dapat dipakai sebagai pertimbangan bagi perusahaan tersebut dalam meningkatkan pelayanan yang kurang bagus serta mempertahankan pelayanan yang sudah baik untuk mendapatkan kepuasan konsumen. Adapun saran-saran tersebut antara lain :

1. Dari hasil analisis data, variabel keandalan mempunyai pengaruh terbesar terhadap kepuasan konsumen. Untuk itu sebaiknya, karyawan tetap mempertahankan pola kerja selama ini, yaitu selalu jujur dalam memberi keterangan kepada pelanggan, mampu menghindari kesalahan serta selalu tepat bila berjanji kepada pelanggan agar dapat konsumen selalu puas dan tidak pernah mengeluh.
2. Dari hasil analisis data, variabel bukti fisik dengan empati pengaruh terbesar kedua terhadap kepuasan konsumen hanya berbanding sedikit dengan variabel keandalan. Oleh karena itu karyawan PT Kereta Api tetap mempertahankan kinerjanya untuk meningkatkan pelayanan kepada konsumen agar konsumen selalu puas.
3. Dari hasil analisis data, variabel jaminan adalah pengaruh terendah terhadap kepuasan konsumen. Untuk itu karyawan PT Kereta Api harus memperbaiki kesalahan-kesalahan yang telah terjadi selama ini terutama dalam hal ketepatan waktu keberangkatan yang paling sering menimbulkan

kekecewaan konsumen, maka untuk itu ini adalah sebagai masukan kepada perusahaan PT Kereta Api untuk lebih diperhatikan dan diperbaiki untuk kedepannya demi kepuasan konsumen.

4. Dari hasil analisis data, variabel daya tanggap adalah variabel yang tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Untuk itu, sebaiknya karyawan lebih cepat dalam melayani konsumen, seperti perlu ada bagian customer service yang bertugas mengatasi keluhan atau permasalahan yang dihadapi konsumen serta bertugas selalu siap membantu konsumen ketika konsumen membutuhkan sesuatu, dan karyawan yang bertugas di bagian customer service harus mempunyai kemampuan komunikasi yang baik sehingga bisa lancar dalam berkomunikasi dengan pelanggan karena itu adalah sebagai tambahan nilai untuk memperbaiki image perusahaan serta meningkatkan kinerja perusahaan kedepannya.

### **5.3. Keterbatasan Penelitian dan Rekomendasi**

#### **1. Keterbatasan Penelitian**

- Penelitian yang saya lakukan ini adalah kurang sempurna dikarenakan penelitian ini dilakukan di kota Yogyakarta hanya di Stasiun Tugu dan belum mencakup secara keseluruhan. Diharapkan pada penelitian berikutnya dapat mencakup yang lebih luas lagi.
- Jumlah responden sangat terbatas yaitu hanya 100 responden sehingga jawaban yang ada masih mewakili sebagian karakteristik saja.

## 2. Rekomendasi

- Untuk penelitian berikutnya penulis sarankan untuk menambah variabel-variabel lainnya .
- Dengan adanya hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi perusahaan untuk dapat meningkatkan kinerja para karyawan dalam melayani konsumen.
- Untuk penelitian selanjutnya diharapkan jangan hanya menggunakan data kuantitatif saja melainkan ditambah dengan data kualitatif sehingga akan lebih dalam untuk mengetahui pendapat responden yang akan diteliti.



## DAFTAR PUSTAKA

- A.Usmara .(2003), *Strategi Baru Manajemen Pemasaran*. Jogjakarta: Amara Books
- Foedjiawati,Hatane,S.(2005), *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan vol.7 “Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Kesetiaan Merek (Studi Kasus Restoran The Prime Steak & Ribs Surabaya)”* Fakultas Ekonomi Universitas Kristen petra Surabaya
- Hadi , Sutrisno. (1989). *Metode Research Jilid III*. Yogyakarta: Andi Offset
- Kotler,Philip. (2000), *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium 2*. Jakarta: Prentice Hall
- Lovelock,Christopher, H.(1996), *Service Marketing*. New York: Prentice Hall
- Manullang,Ida.(2008), *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Penerbangan ( Studi Kasus Pada PT.Garuda Indonesia Air Lines Di Bandara Polonia Medan)*
- Prof.Dr.Sugiyono.(2007) ,*Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta,CV
- Prof.Dr.Sugiyono.(2005), *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: CV, Alfabeta
- Sonya, Mahanani (2010), *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Pembayaran Rekening Listrik (Studi Pada Unit Pelayanan Pelanggan Semarang Barat)*
- Tjiptono,Fandy (1997). “*Strategi Pemasaran*” Yogyakarta: Andi Offset
- Tjiptono,Fandy (2008), *Pemasaran Strategik “ Mengupas Topik Utama Pemasaran Strategik, Branding Strategiy, Customer Statisfaction, strategi kompetitif, hingga e-Marketing”*. Yogyakarta: Andi
- Ulfah,Raudhah.Ma.(2008) “*Analisis variabel pembentuk Kepuasan Konsumen Pada Ritel Hipermarket di Depok*
- Utami,Christina ,W. (2006), *Manajemen Ritel” Strategi dan Implementasi Ritel Modern”*. Jakarta: Salemba Empat
- vicky ,Wicaksana (2004), *Pengaruh Bauran Pemasaran Ritel Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Centro Kuta-Bali*
- <http://www.google.com>