

**ANALISA PELAYANAN KERETA API PENUMPANG (LIMEX  
SRIWIJAYA) TANJUNG KARANG – PALEMBANG  
DARI SISI KEPUASAN PENGGUNA**

(TESIS)

Oleh :

**ARISCHA OKTAVIANA  
1425011003**



**PROGRAM PASCA SARJANA MAGISTER TEKNIK SIPIL FAKULTAS  
TEKNIK UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG  
2016**

**ANALISA PELAYANAN KERETA API PENUMPANG (LIMEX  
SRIWIJAYA) TANJUNG KARANG – PALEMBANG DARI  
SISI KEPUASAN PENGGUNA**

**Oleh:**

**ARISCHA OKTAVIANA**

*Thesis*

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar  
MAGISTER TEKNIK SIPIL

Pada

Program Pascasarjana Magister Teknik  
Fakultas Teknik Universitas Lampung



**PROGRAM PASCASARJANA MAGISTER TEKNIK SIPIL**

**FAKULTAS TEKNIK**

**UNIVERSITAS LAMPUNG**

**BANDAR LAMPUNG**

**2016**

# ANALISA PELAYANAN KERETA API PENUMPANG (LIMEX SRIWIJAYA) TANJUNG KARANG-PALEMBANG DARI SISI KEPUASAN PENGGUNA

Oleh

**ARISCHA OKTAVIANA**

## ABSTRAK

Persaingan dalam bisnis transportasi yang sangat ketat memacu PT. Kereta Api (Persero) untuk memikirkan dan melakukan langkah-langkah yang tepat untuk tetap dapat bersaing dalam bisnis tersebut. Mempertahankan kepuasan pengguna merupakan salah satu langkah yang tepat untuk tetap dapat bersaing dan menguasai pangsa pasar. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari data hasil kuesioner dan wawancara, sedangkan data sekunder diperoleh dari literatur, internet, dan dokumen perusahaan. Pengambilan contoh yang digunakan pada penelitian ini adalah nonprobability sampling menggunakan teknik convenience sampling. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Importance Performance Analysis (IPA)*, *Customer Satisfaction Index (CSI)*, dan *Chi Square*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat sebelas atribut yang dianggap penting dalam menentukan kepuasan pengguna. Kesebelas atribut ini merupakan atribut yang memiliki tingkat kepentingan yang tinggi namun dalam pelaksanaannya atau kinerjanya masih kurang memuaskan. Hasil Customer Satisfaction Index (CSI) yang diperoleh berdasarkan hasil penelitian yaitu sebesar 0,476, yang berarti pelanggan “Kurang Puas” terhadap kinerja pelayanan yang dilakukan oleh Kereta Api Penumpang (Limex Sriwijaya) Tanjung Karang-Palembang.

**Kata kunci:** *Importance Performance Analysis (IPA)*, *Customer Satisfaction Index (CSI)*.

# **ANALYSIS OF PASSENGER RAIL SERVICE (Limex SRIWIJAYA) CAPE CORAL-PALEMBANG SIDE OF CUSTOMER SATISFACTION**

**By**

**ARISCHA OKTAVIANA**

## **ABSTRACT**

Competition in the transportation business very tight spur PT. Kereta Api (Persero) to consider and undertake appropriate measures to remain competitive in the business. Maintaining customer satisfaction is one of the appropriate measures to remain competitive and market share. The data used in this study are primary data obtained from data from questionnaires and interviews, while secondary data obtained from literature, the Internet, and corporate documents. Sampling used in this study is nonprobability sampling using a convenience sampling technique. Analysis of the data used in this study is the Importance Performance Analysis (IPA), Customer Satisfaction Index (CSI), and Chi Square. The results showed that there were eleven attributes that are considered important in determining customer satisfaction. Eleventh This attribute is an attribute that has a high level of importance, but in its implementation or performance is still unsatisfactory. Results of Customer Satisfaction Index (CSI), which is obtained based on the results of research that is equal to 0.476, which means customers "Less Satisfied" on the performance of services carried out by Railway Passenger (Limex Sriwijaya) Tanjung Karang-Palembang.

**Keywords:** Importance Performance Analysis (IPA), Customer Satisfaction Index (CSI).

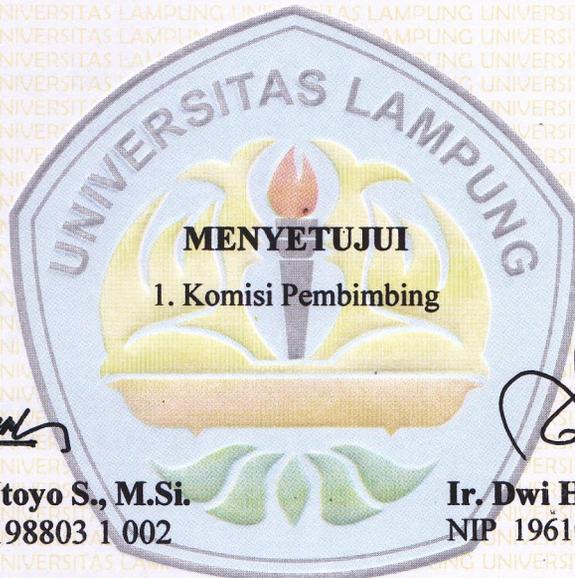
**Judul Tesis : ANALISA PELAYANAN KERETA API  
PENUMPANG (LIMEX SRIWIJAYA)  
TANJUNG KARANG-PALEMBANG  
DARI SISI KEPUASAN PENGGUNA**

**Nama Mahasiswa : ARISCHA OKTAVIANA**

**No. Pokok Mahasiswa : 1425011003**

**Program Studi : Magister Teknik Sipil**

**Fakultas : Teknik**



**Dr. Bambang Utoyo S., M.Si.**  
NIP 19630206 198803 1 002

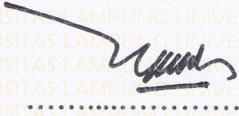
**Ir. Dwi Herianto, M.T.**  
NIP 19610102 198803 1 003

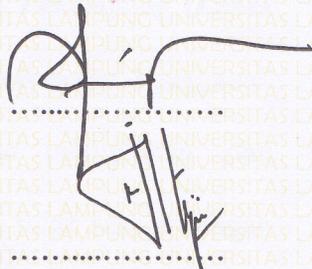
**2. Ketua Program Studi Magister Teknik Sipil**

**Dr. Dyah Indriana K., S.T., M.Sc.**  
NIP 19691219 199512 2 001

**MENGESAHKAN**

**1. Tim Penguji**

**Ketua : Dr. Bambang Utoyo S., M.Si.** 

**Sekretaris : Ir. Dwi Herianto, M.T.** 

**Penguji  
Bukan Pembimbing : Dr. Rahayu Sulistyorini, S.T., M.T.** .....

**2. Dekan Fakultas Teknik**



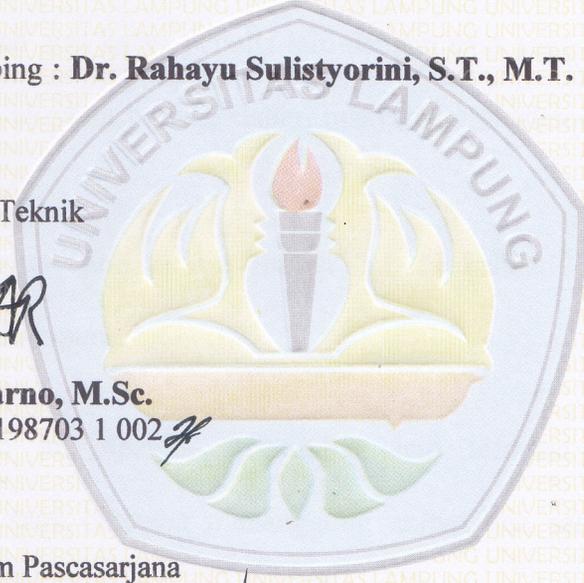
**Prof. Dr. Suharno, M.Sc.**  
NIP. 19620717 198703 1 002 

**3. Direktur Program Pascasarjana**



**Prof. Dr. Sudjarwo, M.S.**  
NIP. 19530528 198103 1 002

**4. Tanggal Lulus Ujian Tesis : 11 Januari 2017**



## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan dengan sebenarnya bahwa :

1. Tesis dengan judul “**Analisa Pelayanan Kereta Api Penumpang (Limex Sriwijaya) Tanjung Karang–Palembang Dari Sisi Kepuasan Pengguna**” adalah karya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan atas karya penulis lain dengan cara yang tidak sesuai dengan etika ilmiah yang berlaku dalam masyarakat akademik atau yang disebut plagiarisme.
2. Hak intelektual atas karya ilmiah ini diserahkan sepenuhnya kepada Universitas Lampung.

Atas pernyataan ini, apabila dikemudian hari ternyata ditemukan adanya ketidakbenaran, saya bersedia menanggung akibat dan sanksi yang diberikan kepada saya dan sanggup dituntut sesuai dengan hukum yang berlaku.

Bandar Lampung, Agustus 2016

Pembuat Pernyataan



Arischa Oktaviana, S.T  
NPM 1425011003

## **RIWAYAT HIDUP**

Penulis dilahirkan di Bandar Lampung, pada tanggal 23 Oktober 1991, anak pertama dari dua bersaudara pasangan Bapak Nakhoda, S.H.,M.H. dan Ibu Ahbabina, S.Sos.,MM.

Penulis menyelesaikan pendidikan Sekolah Dasar Negeri (SDN) 2 Rawa Laut Bandar Lampung pada tahun 1997. Sekolah Menengah Pertama (SMP) Negeri 1 Bandar Lampung pada tahun 2003. Sekolah Menengah Atas Negeri (SMAN) 2 Bandar Lampung Pada Tahun 2006. Pendidikan sarjana (S1) pada Perguruan Tinggi Negeri Universitas Lampung Jurusan Teknik Sipil Angkatan 2009, lulus pada tahun 2013. Tahun 2014 penulis terdaftar sebagai Mahasiswa Magister Teknik Sipil, Fakultas Teknik Universitas Lampung.

## SANWACANA

Alhamdulillahirabbil alamin, segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan Hidayah Nya, sehingga *Thesis* ini dapat terselesaikan dengan baik. *Thesis* dengan judul "**Analisa Pelayanan Kereta Api Penumpang (Limex Sriwijaya) Tanjung Karang–Palembang Dari Sisi Kepuasan Pengguna**" merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Teknik pada Program Studi Magister Teknik Sipil Universitas Lampung.

Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Suharno, M.Sc., selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Lampung;
2. Dr. Dyah Indriana K, S.T., M.Sc., selaku ketua Program Magister Teknik Sipil Universitas Lampung dan Penguji, yang telah memberikan masukan, saran dan motivasi dalam penyusunan Tesis ini;
3. Dr. Bambang Utoyo, selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan sumbangan ide, motivasi dan telah meluangkan waktu dalam penyusunan *Thesis*. Terima kasih untuk ilmu, saran, nasehat dan masukan bagi penulis;
4. Ir. Dwi Herianto, M.T., selaku Dosen Pembimbing II, yang telah banyak memberikan bantuan, saran, ide dan motivasi serta masukan untuk penyempurnaan penyusunan *Thesis*.
5. Bapak dan Ibu Dosen Magister Teknik Sipil Universitas Lampung, atas ilmu yang telah diberikan kepada penulis selama perkuliahan;

6. Kedua orangtuaku tercinta Bapak Nakhoda, S.H.,M.H. dan Ibu Ahabina, S,Sos.,M.M. untuk limpahan kasih sayang dan doa, serta dukungan yang tak ternilai bagi penulis, serta adikku tersayang Achmad Rafi;
7. Suamiku Indra Wijaya, serta buah hati tercinta kami Muhammad Al Fatih Wijaya untuk doa, kasih sayang, motivasi, nasehat dan semangatnya;
8. Sahabat – sahabatku Entol Nasrulloh, Ramadhana Komala, Hertika, Rizky Mega Amalia, dan Serli Carlina atas masukan, nasehat serta dukungan moril dan semangatnya selama proses belajar hingga selesai studi ini;
9. Teman-teman Magister Teknik Sipil Angkatan 2014 atas bantuan, dukungan dan motivasinya selama ini, Mb Ariestina, Mb Vera, Yaik, Kak Darwis, bang Indra Gunawan dan Indra Saputra, Pak Setyatno, Pak Sigit dan Pak Siswanto, Alin, Pak Fahri, serta Mas Andi atas bantuan informasi akademis selama studi;
10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Akhir kata, Penulis berharap semoga tesis ini dapat bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan ilmu pengetahuan bagi khalayak umum dan mahasiswa Jurusan Teknik Sipil khususnya.

Bandar Lampung, Agustus 2016  
Penulis



Arischa Oktaviana, S.T

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>ABSTRACT</b> .....	ii
<b>SANWACANA</b> .....	iii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	iv
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	vii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	viii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>7</b>
2.1 Jasa .....	7
2.1.1. Karakteristik Jasa .....	7
2.2 Kepuasan Pelanggan.....	10
2.2.1 Faktor – faktor Pendukung Kepuasan Pelanggan.....	11
2.3 Kereta Api di Indonesia.....	14
2.4 Sejarah Kereta Api Indonesia.....	15
2.5 Kondisi Kereta Api Indonesia .....	16
2.6 Pelayanan Kereta Api di Indonesia .....	20
2.7 Pelayanan Eksternal Kereta Api.....	21
2.8 Pelayanan Internal Kereta Api.....	22
2.9 Jalur Ganda ( <i>Double Track</i> ) .....	23
2.10 Pengoperasian Kereta Api di Indonesia.....	23
2.11 Pelayanan Publik.....	23
2.12 Transportasi .....	33

2.13	Penelitian Terdahulu .....	34
<b>BAB III METODELOGI PENELITIAN.....</b>		<b>36</b>
3.1	Rencana Kerja .....	36
3.2	Metode Pengumpulan Data .....	36
3.3	Teknik Sampling .....	37
3.4	Pengolahan dan Analisa Data.....	38
3.4.1	Uji Validitas .....	38
3.4.2	Uji Reliabilitas.....	38
3.4.3	<i>Important Performance Analysis</i> .....	39
3.4.4.	Indeks Kepuasan Pelanggan ( <i>Customer Satisfaction Index</i> ) .....	45
3.4.5.	Uji <i>Chi Square</i> .....	46
3.5	Diagram Alir Penelitian ( <i>Flow Chart</i> ) .....	48
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>49</b>
4.1	Karakteristik Umum Responden .....	49
4.1.1	Jenis Kelamin .....	49
4.1.2	Usia.....	50
4.1.3	Jenis Pekerjaan .....	51
4.1.4	Rata-rata Pendapatan perbulan.....	52
4.1.5	Tujuan Perjalanan dengan Menggunakan KA Limex Sriwijaya Tanjung Karang-Palembang.....	53
4.1.6	Alat Transportasi yang Digunakan Sebelum Beralih ke Kereta Api Limex Sriwijaya Tanjung Karang-Palembang.....	54
4.1.7	Alasan Mempergunakan KA Limex Sriwijaya Tanjung Karang- Palembang.....	56
4.1.8	Alat Transportasi yang Digunakan Untuk Menuju Ke Stasiun.....	57
4.1.9	Alat Transportasi yang Digunakan Untuk Meninggalkan Stasiun... ..	58
4.1.10	Frekuensi Penggunaan KA Limex Sriwijaya Tanjung Karang- Palembang.....	59
4.1.11	Penilaian Tingkat Kepentingan Pelayanan pada Kereta Api Limex Sriwijaya Tanjung Karang-Palembang.....	60
4.2	Analisa Strategi Untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Dengan Menggunakan <i>Importance Performance Analysis</i> .....	66

4.3	<i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i> .....	82
4.4.	Uji korelasi <i>Chi Square</i> berdasar kan tingkat kinerja.....	86
4.4.1.	Tujuan perjalanan .....	86
4.4.2.	Alat Transportasi Awal Sebelum Menggunakan KA Limex Sriwijya Tanjung Karang-Palembang.....	87
4.4.3.	Alat Transportasi Digunakan untuk Meninggalkan Stasiun.....	89
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>90</b>
5.1	Kesimpulan.....	90
5.2	Saran.....	92
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>93</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>95</b>

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1. Peningkatan Jumlah Penumpang .....	3
Tabel 3. 1. Atribut kualitas pelayanan pelanggan Kereta Api Limex Sriwijaya Tanjung Karang-Palembang.....	44
Tabel 4. 1. Penilaian tingkat kepentingan pelayanan PT. KAI .....	61
Tabel 4. 2. Penilaian tingkat kinerja pelayanan PT. KAI.....	64
Tabel 4. 3. Hasil perhitungan Customer Satisfaction Index (CSI).....	82

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1. Didagram Kartesius.....	42
Gambar 3. 2. Diagram Alir .....	48
Gambar 4. 1. Penyebaran responden berdasarkan jenis kelamin.....	50
Gambar 4. 2. Penyebaran responden berdasarkan usia.....	51
Gambar 4. 3. Penyebaran responden berdasarkan pekerjaan.....	52
Gambar 4. 4. Penyebaran responden berdasarkan pendapatan .....	53
Gambar 4. 5. Penyebaran responden berdasarkan tujuan perjalanan.....	54
Gambar 4. 6. Penyebaran responden berdasarkan alat transportasi awal sebelum menggunakan KA Limex Sriwijaya Tanjung Karang-Palembang .....	56
Gambar 4. 7. Penyebaran responden berdasarkan alasan penggunaam Kereta Api Limex Sriwijaya Tanjung Karang-Palembang.....	57
Gambar 4. 8. Penyebaran responden berdasarkan alat transportasi yang digunakan untuk menuju stasiun .....	58
Gambar 4. 9. Penyebaran responden berdasarkan alat transportasi yang digunakan untuk meninggalkan stasiun.....	59
Gambar 4. 10. Penyebaran responden berdasarkan frekuensi penggunaan KA Limex Tanjung Karang-Palembang.....	60
Gambar 4. 11. Penyebaran responden berdasarkan tujuan perjalanan.....	63
Gambar 4. 12. Diagram Kartesius Importance and Performance Analysis .....	67

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan dunia bisnis pada sektor jasa semakin meningkat saat ini. Perkembangan ini dapat diamati pada aktivitas sehari-hari, dimana sebagian besar aktivitas tersebut tidak bisa lepas dari penggunaan atau peranan dari berbagai sektor jasa. Salah satu sektor jasa yang memiliki peranan yang cukup vital dalam menunjang kegiatan sehari-hari adalah sektor jasa transportasi.

Transportasi merupakan suatu kebutuhan yang sangat penting bagi masyarakat dalam menunjang segala aktivitas maupun rutinitasnya sehari-hari. Salah satu transportasi yang banyak diminati oleh masyarakat Indonesia adalah kereta api. Kereta api yang merupakan alat transportasi dengan multi keunggulan komparatif seperti hemat bahan bakar, energi, rendah polusi, bebas macet, bersifat massal.

Oleh sebab itu banyak konsumen yang menggunakan alat transportasi ini. Sebagai badan penyelenggara tunggal jasa angkutan kereta api, PT Kereta Api Indonesia dituntut untuk menyelenggarakan pengangkutan yang memperhatikan kenyamanan, keamanan dan keselamatan penumpang.

Kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan pengguna jasa setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan dengan harapannya. Jika para konsumen atau pengguna jasa kereta api puas dengan pelayanan yang diberikan, maka akan meningkatkan kesetiaan konsumen atau pengguna layanan jasa transportasi kereta api tersebut.

Pengguna jasa yang merasa puas biasanya akan menceritakan kepuasannya tersebut kepada calon pengguna yang lain, sehingga perusahaan akan mendapatkan keuntungan dari kondisi itu, yaitu mendapatkan pelanggan yang loyal yang sekaligus membantu promosi perusahaan dan akan meningkatkan profit bagi perusahaan. Akan tetapi apabila pengguna jasa merasa tidak puas, maka pengguna jasa akan menceritakan pengalamannya yang mengecewakan tersebut kepada orang lain, sehingga akan memperburuk citra dan eksistensi perusahaan. PT Kereta Api Indonesia adalah Badan Usaha Milik Negara Indonesia (BUMN) yang menyelenggarakan jasa angkutan kereta api. Stasiun Tanjungkarang merupakan stasiun Kereta api terbesar di Provinsi Lampung.

Stasiun ini merupakan salah satu stasiun dalam jalur kereta api yang menghubungkan Kota Bandar Lampung dengan Kota Palembang, Sumatera Selatan. Stasiun berketinggian +96 m dpl ini merupakan pusat Divisi Regional 3.2 Tanjungkarang. Kereta api penumpang yang saat ini beroperasi dari Stasiun Tanjungkarang adalah Kereta api Lintas Malam Ekspres Sriwijaya (eksekutif dan bisnis) tujuan Stasiun Kertapati di Palembang dan Kereta api Ekspres Rajabasa (ekonomi) tujuan Stasiun Kertapati. Selain itu

juga terdapat kereta api penumpang yang melayani jalur Bandar Lampung-Kotabumi Lampung Utara. (sumber: PT KAI Sub Divisi Regional III.2 Tanjungkarang). PT. KAI Stasiun Tanjungkarang Kota Bandar Lampung merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa pelayanan angkutan darat yang seharusnya mengutamakan kualitas pelayanan, pengawasan di dalam kereta, dan fasilitas yang memadai agar para konsumen puas terhadap jasa yang diberikan. Dalam menanggapi kebutuhan transportasi, kualitas pelayanan menjadi dasar yang dapat mempengaruhi pilihan konsumen untuk memilih berbagai jenis jasa yang berkembang saat ini. Kereta api merupakan alat transportasi yang cukup penting bagi masyarakat di Provinsi Lampung. Meskipun jasa perkeretaapian tidak begitu populer namun jasa transportasi ini sangat diperlukan di sini dan banyak masyarakat yang memprediksi bahwa pada masa depan jasa perkeretaapian di Provinsi Lampung akan lebih berkembang dan peminatnya akan terus meningkat dibandingkan daerah lainnya, hal ini dapat dilihat dari tahun ke tahun bahwa pengguna jasa transportasi ini terus meningkat. Mengacu pada kondisi di atas, dan melihat semakin meningkatnya respon masyarakat terhadap jasa transportasi kereta api Tanjung Karang – Palembang keberangkatan Tanjung Karang-Palembang (data peningkatan jumlah penumpang dapat dilihat pada Tabel 1.1) .

Tabel 1.1. Peningkatan Jumlah Penumpang

<b>Jumlah Penumpang/ Tahun</b>				
<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
177.267	181.262	185.447	192.341	200.464
Penumpang	Penumpang	Penumpang	Penumpang	Penumpang

Sumber : PT. KAI (Persero) Sub Divre III Sum-Sel

Semakin meningkatnya kebutuhan akan jasa transportasi pada masyarakat, tidak hanya akan berimbas pada meningkatnya jumlah perusahaan yang bergerak di bidang transportasi tetapi juga akan berimbas pada peningkatan persaingan yang terjadi dalam bidang bisnis tersebut. Setiap perusahaan yang bergerak di dalamnya harus memiliki strategi yang efektif dan efisien untuk tetap bertahan dan memenangkan persaingan. Mempertahankan kepuasan pelanggan merupakan salah satu langkah baik yang dapat diterapkan oleh perusahaan untuk tetap dapat bersaing dan menguasai pangsa pasar. Demi terwujudnya maksud tersebut, maka PT. KAI (Persero) Sub Divre III Sum-Sel diharapkan mampu menjaga perilaku yang ramah, efisien dan efektif dalam menyajikan produk/jasanya, sehingga dapat menumbuhkan kepercayaan dan kenyamanan dari pihak pelanggan. PT. KAI (Persero) Sub Divre III Sum-Sel juga diharapkan dapat lebih mengetahui faktor-faktor apa sajakah yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan juga mengevaluasi dan memperbaiki faktor-faktor yang dapat menurunkan tingkat kepuasan pelanggan. Faktor-faktor tersebut antara lain yaitu ketepatan jadwal keberangkatan Kereta api Lintas Malam Ekspres Sriwijaya (Limex) yang masih sering mengalami keterlambatan, keamanan dan kenyamanan baik di stasiun dan di kereta, ketersediaan petugas-petugas untuk membantu pelanggan dalam proses pelayanan jasa, juga ketersediaan informasi dan layanan pendukung lainnya. Faktor-faktor inilah yang perlu mendapatkan perhatian lebih dari perusahaan untuk selanjutnya dicari solusi terbaik untuk permasalahan-permasalahan tersebut, sehingga pada akhirnya menghasilkan kinerja (*performance*) yang lebih baik sehingga dapat memuaskan pelanggan.

PT. KAI (Persero) Sub Divre III Sum-Sel juga perlu melakukan pengukuran tingkat kepuasan pelanggan secara periodik, dengan mengambil umpan balik dari pelanggan guna mempertahankan kinerja dan tingkat kepuasan pelanggan itu sendiri.

Dalam penelitian ini dilakukan survei terhadap penumpang Kereta api Lintas Malam Ekspres Sriwijaya (Limex) jalur Tanjung Karang–Palembang dengan metode kuesioner. Hasil survei menunjukkan seberapa besar nilai kepuasan para penumpang kereta api dengan fasilitas yang diberikan PT. KAI (Persero) Sub Divre III Sum-Sel.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diuraikan diatas maka dapat dirumuskan pokok permasalahan yaitu:

1. Bagaimana tingkat kepuasan pengguna jasa transportasi Kereta api Lintas Malam Ekspres Sriwijaya (Limex) jurusan Tanjung Karang-Palembang?
2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada jasa transportasi Kereta api Lintas Malam Ekspres Sriwijaya (Limex) jurusan Tanjung Karang – Palembang ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan penelitian yang ada, tentunya penelitian ini mempunyai tujuan - tujuan tertentu untuk mengatasi masalah yang telah diteliti, diantaranya :

1. Mendeskripsikan tingkat kepuasan pengguna jasa transportasi Kereta api Lintas Malam Ekspres Sriwijaya (Limex) jurusan Tanjung Karang - Palembang.
2. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian jasa transportasi Kereta api Lintas Malam Ekspres Sriwijaya (Limex) jurusan Tanjung Karang - Palembang.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian adalah sebagai masukan bagi PT.KAI (Persero) Sub Divre III Sum-Sel dalam upaya memberikan pelayanan sesuai dengan keinginan pengguna jasa kereta api sehingga konsumen semakin berminat untuk membeli jasa transportasi kereta api, khususnya Kereta api Lintas Malam Ekspres Sriwijaya (Limex) jurusan Tanjung Karang-Palembang.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Jasa**

Lovelock dan Wright (2007:52) mengungkapkan dua pengertian jasa, diantaranya adalah ;

1. Jasa adalah tindakan atau kinerja yang ditawarkan suatu pihak kepada pihak lainnya. Walaupun prosesnya mungkin terkait dengan produk fisik, kinerjanya pada dasarnya tidak nyata dan tidak menghasilkan kepemilikan atas faktor-faktor produksi,
2. Jasa adalah kegiatan ekonomi yang menciptakan dan memberikan manfaat bagi pelanggan pada waktu dan tempat tertentu, sebagai hasil dari tindakan yang mewujudkan perubahan yang diinginkan dalam diri atau atas nama penerima jasa tersebut. Manfaat yang dimaksud adalah keuntungan atau laba yang diperoleh pelanggan dari kinerja jasa atau penggunaan barang fisik.

##### **2.1.1. Karakteristik Jasa**

Menurut Kotler (2002:464) ada 4 karakteristik pokok jasa yang membedakan dengan barang yaitu:

- a. Tidak berwujud (*intangibility*) Jasa memiliki sifat *intangible* artinya tidak dapat dilihat,dirasa,diraba,didengar, ataupun dicium sebelum dibeli. Seseorang tidak dapat menilai hasil dari jasa sebelum membeli jasa tersebut terlebih dahulu.
- b. Tidak terpisahkan (*inseparability*) Umumnya jasa dijual terlebih dahulu kemudian diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan dimana penyedia jasa juga merupakan bagian dari jasa tersebut, baik penyedia maupun pelanggan akan mempengaruhi hasil dan jasa tersebut.
- c. Bervariasi (*variability*) Jasa bersifat sangat variabel karena merupakan *nonstandardized output* yang berarti bahwa terdiri dari banyak variasi bentuk, kualitas, dan jenis, tergantung kepada siapa, kapan dan dimana jasa tersebut dihasilkan.
- d. Mudah lenyap (*perishability*) Jasa merupakan komoditas yang tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan jika permintaan jasa bersifat konstan sehingga bila tidak digunakan maka jasa tersebut akan berlalu begitu saja. Umumnya permintaan jasa bervariasi dan dipengaruhi faktor musiman. Menurut Umar (2003:152), mengemukakan lima dimensi dalam menentukan kualitas jasa, yaitu :
  - 1) *Reliability*, yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang sesuai janji yang ditawarkan.
  - 2) *Responsiveness*, yaitu respon atau kesigapan karyawan atau staf dalam membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap.

- 3) *Assurance*, yaitu meliputi kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, keramahtamahan, perhatian dan kesopanan dalam memberikan pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi, kemampuan dalam memberikan keamanan di dalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan.
- 4) *Emphaty*, yaitu perhatian secara individual yang diberikan perusahaan kepada konsumen seperti kemudahan untuk menghubungi perusahaan, kemampuan karyawan untuk berkomunikasi kepada konsumen dan usaha perusahaan untuk memahami keinginan dan kebutuhan konsumen.
- 5) *Tangibles*, yaitu meliputi penampilan fasilitas fisik seperti gedung dan ruangan *front office*, tersedianya tempat parkir, kebersihan, kerapian dan nyaman ruangan, kelengkapan peralatan komunikasi dan penampilan karyawan.

Salah satu faktor yang menentukan kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan mengenai kualitas jasa yang berfokus pada lima dimensi ini. Kepuasan pelanggan selain itu dipengaruhi oleh persepsi kualitas jasa juga ditentukan oleh kualitas produk, harga, dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat.

## 2.2 Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler (2000:464), para konsumen membentuk suatu harapan akan nilai dan bertindak berdasarkan hal itu, kenyataannya apakah suatu penawaran memenuhi harapan akan nilai konsumen mempengaruhi dan kemungkinan mereka akan membeli kembali. Para pembeli akan membeli kembali pada perusahaan yang mereka anggap menawarkan *customer delivery value* yang tinggi.

Menurut Rangkuti (2003:40), kepuasan pelanggan merupakan respon pelanggan terhadap kesesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakan setelah pemakaian. Kepuasan pelanggan ditentukan oleh berbagai jenis pelayanan yang didapatkan oleh pelanggan selama menggunakan beberapa tahapan pelayanan tersebut. Ketidakpuasan yang diperoleh pada tahap awal pelayanan menimbulkan persepsi berupa mutu pelayanan yang buruk untuk tahapan selanjutnya, sehingga pelanggan merasa tidak puas dengan pelayanan serta keseluruhan.

Irawan (2003:37) juga menyatakan bahwa kepuasan pelanggan serta tidak langsung mencerminkan seberapa jauh perusahaan telah merespon keinginan dan harapan pasar. Dalam jangka pendek seringkali, tidak terlihat hubungan antara kepuasan pelanggan dengan tingkat keuntungan, karena kepuasan adalah strategi kepuasan yang bersifat defensive, maka kemampuan untuk mempertahankan pelanggan itulah yang akhirnya mempengaruhi keuntungan dalam jangka pendek.

### 2.2.1 Faktor – faktor Pendukung Kepuasan Pelanggan

Irawan (2003:37) mengemukakan bahwa terdapat lima komponen yang dapat mendorong kepuasan pelanggan, yaitu:

#### 1. Kualitas produk

Kualitas produk menyangkut lima elemen, yaitu *performance*, *reliability*, *conformance*, *durability*, dan *consistency*. Konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

#### 2. Kualitas pelayanan

Pelanggan akan merasa puas apabila pelayanan yang baik yang sesuai dengan yang diharapkan. Dimensi kualitas pelayanan menurut konsep serqual meliputi *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangible*. Dalam banyak hal, kualitas pelayanan mempunyai daya diferensiasi yang lebih kuat dibandingkan dengan kualitas produk.

#### 3. Faktor emosional

Kepuasan konsumen yang diperoleh pada saat menggunakan suatu produk yang berhubungan dengan gaya hidup. Kepuasan pelanggan didasari atas rasa bangga, rasa percaya diri, simbol sukses, dan sebagainya.

#### 4. Harga

Komponen harga sangat penting karena dinilai mampu memberikan kepuasan yang relatif besar. Harga yang murah akan memberikan

kepuasan bagi pelanggan yang sensitif terhadap harga karena mereka akan mendapat *value for money* yang tinggi.

## 5. Kemudahan

Komponen ini berhubungan dengan biaya untuk memperoleh produk atau jasa. Pelanggan akan semakin puas apabila relatif mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan. Pagano dan McKnight *dalam* Masri (2002), mengembangkan pengukuran kepuasan pelanggan yang sering digunakan pada jasa transportasi, meliputi delapan aspek pelayanan, masing-masing dipercayai mewakili kebutuhan dasar dari keseluruhan dimensi kualitas, yaitu:

a. Keandalan dan Kinerja Tepat Waktu (*Reliability And On-Time Performance*). Pengumuman penundaan/pembatalan keberangkatan (*notification of delays and cancellations*) waktu tunggu (*wait times*), alasan kedatangan yang tepat waktu (*reasonably on-time arrivals*), minimal penundaan atas kendaraan (*minimal on-vehicle delays*).

b. Kenyamanan (*Comfort*)

Adanya jaminan (*guaranteed space*), kondisi dan kebersihan kendaraan (*condition and cleanliness of vehicles*), kemulusan perjalanan (*smoothness of ride*), ventilasi dan penyejuk udara (*air conditioning and ventilation*), tempat berlindung (*shelter*) dan tempat duduk untuk menunggu di luar ruang.

c. Kemudahan Membuat Reservasi

Akomodasi yang berubah (*Accommodation to changes*) menentukan pengendara atau menyusun waktu penjemputan (*rider determined or preset pick-up times*), memperpendek waktu pemesanan atau reservasi (*shortness of reservation time*) dan prosedur reservasi yang mudah (*easy of procedure*).

d. Perluasan Layanan (*Extend Of Service*)

Layanan total 24 jam (*total hour of availability*); pembatasan jarak (*distance restriction*); layanan akhir minggu dan sore hari (*weekend and evening service*); penolakan perjalanan yang rendah disebabkan pembatasan kapasitas (*low rate of trips denial due to capacity constraint*).

e. Akses Kendaraan (*Vehicles Access*)

Lebar lorong antar tempat duduk (*aisle width*) di gerbong KA, tinggi pijakan kaki pertama di pintu masuk gerbong (*first step height*), jumlah tangga masuk (*number of steps*), tingkat bantuan yang disediakan dari kendaraan sampai ke tujuan (*level of assistance provided from vehicles to destination*), bantuan bagasi (*assistance with packages*).

6. Keamanan (*Safety*)

Tingkat kemungkinan terjadi kecelakaan yang rendah (*low probability of assault or accidental injury*), masinis yang mendahulukan keamanan, lintasan KA yang aman dan jalur rel KA yang aman.

#### 7. Karakteristik Masinis Dan Kru (*Driver & Crew Characteristic*)

Kemampuan menangani medis dalam keadaan darurat (*ability to handle medical emergencies*), jujur dan ramah (*courteous and friendly*), sensitive dan memahami kebutuhan penumpang KA (*sensitive and knowledgeable about riders need*), sensitive pada kebutuhan individual, tingkat profesionalisme dan berpengalaman.

#### 8. Tanggung Jawab Pada Individual (*Responsiveness To Individual*)

Operator telepon yang meyakinkan dan ramah, kemudahan memperoleh informasi yang jelas, bertanggung jawab pada keluhan dan pemberian saran dan mengikuti prosedur.

### **2.3 Kereta Api di Indonesia**

Kereta api adalah sarana transportasi berupa kendaraan dengan tenaga gerak, baik berjalan sendiri maupun dirangkaikan dengan kendaraan lainnya, yang akan ataupun sedang bergerak di rel. Kereta api merupakan alat transportasi masal yang umumnya terdiri dari lokomotif (kendaraan dengan tenaga gerak yang berjalan sendiri) dan rangkaian kereta atau gerbong (dirangkaikan dengan kendaraan lainnya). Rangkaian kereta atau gerbong tersebut berukuran relatif luas sehingga mampu memuat penumpang maupun barang dalam skala besar. Karena sifatnya sebagai angkutan massal efektif, beberapa negara berusaha memanfaatkannya secara maksimal sebagai alat transportasi utama angkutan darat baik di dalam kota, antarkota, maupun antarnegara.

Kereta Api juga merupakan kendaraan yang cukup banyak diminati oleh masyarakat umum selain karena dapat mengangkut penumpang dalam skala besar, kereta api juga terjangkau dari segi harga tiket dan praktis sehingga banyak masyarakat yang menggunakan alat transportasi ini.

#### **2.4 Sejarah Kereta Api Indonesia**

Dalam kehidupan modern seperti sekarang ini, segala sesuatu dituntut untuk lebih cepat dan praktis, begitupun dalam hal transportasi. Indonesia merupakan Negara berkembang yang memiliki penduduk kelima terpadat di dunia, memiliki banyak persoalan transportasi baik darat, laut, maupun udara. Permasalahan tersebut diantaranya masalah keamanan, kenyamanan maupun permasalahan pelayanan. Masalah yang cukup menarik untuk dibahas yaitu permasalahan yang ada dalam perusahaan Kereta Api Indonesia.

PT Kereta Api (Persero) adalah Badan Usaha Milik Negara Indonesia yang menyelenggarakan jasa angkutan kereta api. Layanan PT Kereta Api (Persero) meliputi angkutan penumpang dan barang. Setelah Proklamasi Kemerdekaan Indonesia diumumkan pada tanggal 17 Agustus 1945, karyawan perusahaan kereta api yang tergabung dalam *Angkatan Moeda Kereta Api* (AMKA) mengambil alih kekuasaan perkeretaapian dari Jepang.

Pada tanggal 28 September 1945, pembacaan pernyataan sikap oleh Ismail dan sejumlah anggota AMKA lainnya menegaskan bahwa mulai hari itu kekuasaan perkeretaapian berada ditangan bangsa Indonesia sehingga Jepang

sudah tidak berhak untuk mencampuri urusan perkeretaapian di Indonesia. Inilah yang melandasi ditetapkannya tanggal 28 September 1945 sebagai Hari Kereta Api serta dibentuknya *Djawatan Kereta Api Repoeblik Indonesia* (DKARI).

Nama DKARI kemudian diubah menjadi *Perusahaan Negara Kereta Api* (PNKA). Nama itu diubah lagi menjadi *Perusahaan Jawatan Kereta Api* (PJKA) pada tanggal 15 September 1971. Pada tanggal 2 Januari 1991, nama PJKA secara resmi diubah menjadi *Perusahaan Umum Kereta Api* (Perumka) dan semenjak tanggal 1 Juni 1999 diubah menjadi *PT Kereta Api Indonesia*.

Pada akhir Maret 2007, DPR mengesahkan revisi UU No. 13/1992 yang menegaskan bahwa investor swasta maupun pemerintah daerah diberi kesempatan untuk mengelola jasa angkutan kereta api di Indonesia. Pada tanggal 14 Agustus 2008 PT Kereta Api (Persero) melakukan pemisahan Divisi Jabotabek menjadi *PT Kereta Api Jabotabek* untuk mengelola kereta api penglaju di daerah Jakarta dan sekitarnya. Pemberlakuan UU Perkeretaapian No. 23/2007 secara hukum mengakhiri monopoli PT Kereta Api (Persero) dalam mengoperasikan kereta api di Indonesia.

## **2.5 Kondisi Kereta Api Indonesia**

Kereta api merupakan salah satu transportasi massal, tujuan adanya kereta api adalah untuk memperlancar perpindahan orang atau barang secara massal.

Dengan demikian, fungsi perkeretaapian untuk pelayanan umum kepada masyarakat. Akan tetapi masih banyak permasalahan ataupun tantangan yang masih dihadapi perkeretaapian. Keseimbangan dalam kepentingan umum, berarti pelayanan tidak hanya memperhatikan kepentingan komersial, ataupun hanya melayani sebagian golongan masyarakat tertentu saja, tetapi juga bagi pelayanan umum dan semua golongan masyarakat. Ada 4 pilar utama perkeretaapian yaitu: keselamatan, ketepatan waktu, pelayanan dan kenyamanan.

Ada beberapa produk-nya:

1. Kereta Api (KA) Penumpang, yang terbagi menjadi 3 kelas (Eksekutif, Bisnis dan Ekonomi).
2. Kereta Wisata, untuk menunjang kepariwisataan, PT. Kereta Api (Persero) memberikan pelayanan carter kereta khusus wisata juga berbagai keperluan seperti: rapat, pesta pernikahan, ulang tahun, dsb di atas Kereta Api menuju berbagai kota tujuan.
3. Kereta Barang, Kereta api khusus yang disesuaikan dengan spesifikasi produk, yang mana PT. Kereta Api (Persero) memiliki gerbong yang digunakan untuk batu bara, pulp, Crude Pal oil, BBM, Peti Kemas, Parcel BHP, *Over Night Service*, Semen.
4. Pengusahaan Aset, Disamping Angkutan Penumpang dan Angkutan Barang, PT. Kereta Api (Persero) juga memberdayakan aset non produksi untuk dikomersialkan ke pihak eksternal. Beberapa produk persewaan aset non produksi.

Di Jawa terdapat tiga lintas pelayanan utama, yaitu: Jakarta-Bandung, Jakarta-Semarang-Surabaya (disebut lintas utara), dan Jakarta-Yogyakarta-Surabaya (disebut lintas selatan). Sementara di Sumatera terdapat tiga sub-jaringan KA yang terpisah satu sama lain yakni: sub-jaringan Sumatera bagian Utara, sub-jaringan Sumatera bagian Barat, dan sub-jaringan Sumatera bagian Selatan.

Kondisi Kereta Api Indonesia ini mengalami suatu siklus penurunan. Walaupun beberapa lokomotif kereta sudah dikatakan modern, tapi sistem manajemen kereta api masih sangat buruk. Ini terlihat dari pengelolaan kereta api yang tidak maksimal. Ada banyak lokomotif yang tidak terawat, gerbong kereta yang begitu kotor dan tidak layak pakai, hingga kondisi rel yang memprihatinkan. Pelayanan publik juga masih kurang profesional, ini terlihat dari ketidakmampuan PT. KAI mengatasi pembudakan penumpang yang terjadi setiap harinya. PT. KAI belum mampu menjadi fasilitator bagi masyarakat dalam transportasi umum. Seharusnya PT. KAI harus menemukan solusi terhadap pembudakan itu yang bisa berakibat kecelakaan atau kematian, jika muatan kereta api yang melebihi batas normal hingga banyaknya penumpang yang naik di atap Kereta Api. Bagaimanapun perkeretaapian di Indonesia masih harus dikembangkan di masa-masa mendatang, baik untuk angkutan jarak jauh maupun di tingkat lokal. Namun demikian yang menjadi permasalahan yang cukup mengganggu perkeretaapian saat ini adalah tingginya tingkat kecelakaan.

Cukup tingginya korban jiwa dan kerugian sosial ekonomi akibat kecelakaan KA telah menyebabkan citra pelayanan dan manajemen perkeretaapian menurun. Kinerja keselamatan semakin menjadi tuntutan dan perhatian sehingga perlu segera ditingkatkan. Penyebab tingginya kecelakaan kereta api merupakan akumulasi dari banyak faktor, diantaranya masalah regulasi, manajemen, kondisi prasarana & sarana. Sarana kereta api meliputi lokomotif, kereta, gerbong, KRL, dan KRD. Prasarana jalan rel yang ada saat ini pada umumnya masih jalur tunggal. Jalur ganda baru tersedia di jalur Jakarta-Cikampek, Jakarta-Bogor, Padalarang-Bandung, dan Surabaya kota-Wonokromo. Jalur rel yang ada memiliki beban gandar antara 9 s.d. 18 ton yang mampu mendukung kecepatan kereta api antara 60-110 km/jam. Panjang rel di Jawa yang masih dioperasikan sepanjang 3.216 km dan di Sumatera sepanjang 1.348 km. Sebagian dari jalur tersebut kondisinya sudah kurang layak operasi sehingga sangat rawan terhadap kecelakaan. Dalam rangka menekan angka kecelakaan kereta api, masalah faktor keselamatan KA pada prioritas tertinggi, dengan menetapkan peningkatan keselamatan ada empat strategi sebagai berikut:

1. Mengurangi frekuensi kecelakaan KA dengan mempertahankan kualitas prasarana dan sarana, serta kualitas SDM terkait.
2. Penertiban penumpang di atas atap KA melalui law enforcement dan sterilisasi stasiun.
3. Penerapan *No Go Item* secara tegas.
4. Sosialisasi budaya keselamatan.

Apabila strategi untuk menekan tingkat kecelakaan hanya bersifat normatif sebagaimana telah dilakukan sebelumnya yang tidak mencerminkan sense of crisis, maka upaya-upaya untuk menekan tingkat kecelakaan tidak akan efektif.

## **2.6 Pelayanan Kereta Api di Indonesia**

Pelayanan adalah hal yang sangat menentukan kenyamanan masyarakat yang akan memengaruhi minat masyarakat untuk memilih alat transportasi umum yang akan digunakan. Apabila pelayanan yang diberikan buruk maka akan memperkecil minat masyarakat untuk menggunakan alat transportasi tersebut. sementara jika pelayanan yang diberikan bagus, maka akan meningkatkan minat masyarakat.

Khususnya pada bidang perkeratapi di Indonesia, pelayanan yang diberikan banyak berhubungan dengan dua aspek, yakni pelayanan intra(dalam) dan pelayanan ekstra (luar) kereta. Walaupun berbeda, namun kedua hal ini saling terkait dalam peningkatan kenyamanan untuk pengguna kereta api. Jika hanya salah satu dari aspek ini yang terlihat baik, maka sudah dapat dipastikan tingkat kenyamanan dan kepuasan pengguna jasa kereta api di Indonesia tetap akan rendah. Setiap periodenya, pengelola jasa layanan kereta api di Indonesia terus berbenah dan meningkatkan pelayanannya. Salah satu cara yang telah dilakukan oleh PT. KAI adalah dengan menyediakan jasa pemesanan tiket menggunakan sistem online. Cara ini digunakan agar masyarakat tidak perlu lagi menghabiskan waktu untuk mengantri berjam-jam

hanya untuk mendapatkan tiket. Selain itu bentuk pembenahan lain yang dilakukan oleh PT. KAI adalah dengan membuka kelas baru, yaitu kelas ekonomi AC. Kelas ini memang salah satu terobosan yang sangat ampuh untuk meningkatkan minat masyarakat untuk menggunakan jasa PT. KAI. Walaupun begitu masih banyak hal yang menurut masyarakat harus diperbaiki. Mulai dari sistem pelayanan tiket. Walaupun sudah menggunakan sistem pelayanan online, namun masyarakat masih merasa kurang puas. Karena memang masih minimnya jumlah tiket yang diberikan kepada masyarakat. Ini dapat dilihat dari fakta di lapangan. Masih banyak penumpang yang terlantar karena masih kurangnya pengetahuan masyarakat tentang sistem online ini.

Jika pelayanan yang diberikan oleh PT. KAI telah dapat melayani masyarakat hingga memberikan kepuasan sesuai dengan apa yang diharapkan, disaat itulah pelayanan yang diberikan bisa dikatakan memuaskan.

## **2.7 Pelayanan Eksternal Kereta Api**

Salah satu fasilitas yang disediakan berkaitan dengan perkereta apian adalah stasiun kereta untuk tempat naik dan turunnya penumpang. Menurut UU No. 23 Perkeretaapian stasiun kereta api sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf b berfungsi sebagai tempat kereta api berangkat atau berhenti untuk melayani:

1. Naik turun penumpang
2. Bongkar muat barang; dan / atau

### 3. Keperluan operasi kereta api

Untuk situasi perkeretaapian di Indonesia yang baru-baru ini mengalami kemunduran, pelayanan dan sarana prasarana pun turut menurun kualitasnya. Mulai dari pelayanan jual beli tiket, keamanan, kenyamanan, ketertiban dan sikap dari petugas stasiun. Menurunnya pelayanan di stasiun dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain kurangnya kedisiplinan baik petugas maupun penumpang, faktor alam atau bencana, dan perilaku perorangan yang ada di stasiun tersebut. Keamanan yang harus diperhatikan di dalam stasiun meliputi keamanan terhadap kriminalitas yang mengancam harta benda. Hal ini mengingat bahwa di dalam keramaian penumpang di dalam stasiun terdapat para pencuri ulung yang mengancam harta benda penumpang. Selain faktor kriminalitas, bentuk dan luas peron turut menjadi faktor penyumbang turunnya tingkat keamanan di stasiun. Luas peron yang kurang memadai menyebabkan penumpang dan pedagang asongan berdesakan saat menunggu datangnya kereta.

#### **2.8 Pelayanan Internal Kereta Api**

Pencerminan baik buruknya kualitas pelayanan dapat di lihat dari fasilitas di dalam kereta. Meskipun kereta memiliki kelasnya masing-masing (ekonomi, bisnis, eksekutif) namun ketiga kelas tersebut haruslah sama-sama memenuhi standar kenyamanan dan kepuasan dari penumpang. Terutama keretaapi yang memiliki jarak tempuh jauh. Kenyamanannya harus lebih diperhatikan dibandingkan dengan kereta api yang berjarak tempuh dekat.

## **2.9 Jalur Ganda ( *Double Track* )**

Jalur ganda atau dalam bahasa Inggris disebut sebagai *double track* adalah jalur kereta api yang jumlahnya dua atau lebih dengan tujuan agar masing-masing jalur digunakan untuk arah yang berbeda. Hal ini dilakukan untuk menghindari kecelakaan kepala dengan kepala (*head on*) serta untuk meningkatkan kapasitas lintas dan disamping itu juga bisa meningkatkan aksesibilitas bila terjadi gangguan terhadap salah satu jalur

## **2.10 Pengoperasian Kereta Api di Indonesia**

Berdasarkan Undang-undang No. 23 Tahun 2007 mengenai Perkeretaapian disebutkan bahwa : Pengoperasian kereta api menggunakan prinsip berlalu lintas satu arah pada jalur tunggal dan jalur ganda atau lebih dengan ketentuan setiap jalur pada satu petak blok hanya diizinkan dilewati oleh satu kereta api, dan jalur kanan digunakan oleh kereta api untuk jalur ganda atau lebih. Pengoperasian kereta api yang dimulai dari stasiun keberangkatan, bersilang, bersusulan, dan berhenti di stasiun tujuan diatur berdasarkan grafik perjalanan kereta api.

## **2.11 Pelayanan Publik**

Menurut Roth (1926:1) pengertian pelayanan publik adalah Pelayanan publik merupakan suatu pelayanan yang telah disediakan jika untuk kepentingan publik disediakan oleh pemerintah contohnya “museum” atau untuk pribadi yang menyediakan yaitu swasta, contohnya “restaurant”.

Pelayanan publik yang dimaksud adalah segala bentuk kegiatan pelayanan yang dilakukan oleh suatu organisasi atau individu dalam bentuk barang jasa kepada masyarakat baik secara individu maupun kelompok atau organisasi. Sedangkan fungsi pelayanan publik, dalam Kep. Menpan No: 63/KEP/M.PAN/7/2003, pengelompokan pelayanan publik secara garis besar adalah sebagai berikut:

1. Pelayanan administratif
2. Pelayanan barang
3. Pelayanan jasa

Menurut Keputusan Menpan Nomor 63 Tahun 2003, maka prinsip-prinsip pelayanan publik dikelompokkan sebagai berikut:

1. Kesederhanaan, yaitu prosedur pelayanan tidak berbelit-belit, mudah dipahami, dan mudah dilaksanakan.
2. Kejelasan, yaitu pesyaratan teknis dan administratif pelayanan publik, unit kerja atau pejabat yang berwenang dan bertanggung jawab dalam memberikan pelayanan dan penyelesaian persoalan/keluhan/sengketa dalam pelaksanaan pelayanan publik, rincian biaya pelayanan publik dan tatacara pembayaran.
3. Kepastian Waktu, yaitu pelaksanaan pelayanan publik dapat diselesaikan dalam kurun waktu yang telah ditentukan.
4. Akurasi, yaitu produk pelayanan publik diterima dengan benar, tepat, dan sah.

5. Keamanan, yaitu proses dan produk pelayanan publik memberikan rasa aman dan kepastian hukum.
6. Tanggung Jawab, yaitu pimpinan penyelenggara pelayanan publik atau pejabat yang ditunjuk bertanggung jawab atas penyelenggaraan pelayanan dan penyelesaian keluhan/persoalan dalam pelaksanaan pelayanan publik.
7. Kelengkapan Sarana dan Prasarana, yaitu tersedianya sarana dan prasarana kerja, peralatan kerja, dan pendukung lainnya yang memadai termasuk penyediaan sarana teknologi telekomunikasi dan informatika (telematika).
8. Kemudahan Akses, yaitu tempat dan lokasi serta sarana pelayanan yang memadai, mudah dijangkau oleh masyarakat, dan dapat memanfaatkan teknologi telekomunikasi dan informatika.
9. Kedisiplinan, Kesopanan dan Keramahan, yaitu pemberi pelayanan harus bersikap disiplin, sopan dan santun, ramah serta memberikan pelayanan dengan ikhlas.
10. Kenyamanan, yaitu lingkungan pelayanan harus tertib, teratur, disediakan ruang tunggu yang nyaman, bersih, rapi, lingkungan yang indah dan sehat serta dilengkapi dengan fasilitas pendukung pelayanan, seperti parker, toilet, tempat ibadah dan lainlain.

Lebih lanjut, menurut Keputusan Menpan Nomor 63 Tahun 2003 asas-asas pelayanan publik adalah:

1. Transparasi.

Bersifat terbuka, mudah dan dapat diakses oleh semua pihak yang membutuhkan dan disediakan secara memadai serta mudah dimengerti.

2. Akuntabilitas.

Dapat dipertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

3. Kondisional.

Sesuai dengan kondisi dan kemampuan pemberi dan penerima pelayanan dengan tetap berpegang pada prinsip efisiensi dan efektivitas.

4. Partisipatif.

Mendorong peran serta masyarakat dalam penyelenggaraan pelayanan publik dengan memperhatikan aspirasi, kebutuhan, dan harapan masyarakat.

5. Kesamaan Hak.

Tidak diskriminatif dalam arti tidak membedakan suku, ras, agama, golongan, gender, dan status ekonomi.

6. Keseimbangan Hak dan Kewajiban.

Pemberi dan penerima pelayanan publik harus memenuhi hak dan kewajiban masing-masing pihak.

Setiap pelayanan publik harus memiliki standar pelayanan dan dipublikasikan sebagai jaminan adanya kepastian bagi penerima pelayanan. Standar pelayanan merupakan ukuran yang dibakukan dalam penyelenggaraan publik yang wajib ditaati oleh pemberi dan atau penerima pelayanan. Standar pelayanan publik menurut Kepmenpan Nomor 63 Tahun 2003, sekurang-kurangnya meliputi:

1. Prosedur Pelayanan, yaitu prosedur pelayanan yang dibakukan bagi pemberi dan penerima pelayanan termasuk pengaduan.
2. Waktu Penyelesaian, yaitu waktu penyelesaian yang ditetapkan sejak saat pengajuan permohonan sampai dengan penyelesaian pelayanan termasuk pengaduan.
3. Biaya Pelayanan, yaitu biaya atau tarif pelayanan termasuk rinciannya yang ditetapkan dalam proses pemberian pelayanan.
4. Produk Pelayanan, yaitu hasil pelayanan yang akan diterima sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan.
5. Sarana dan Prasarana, yaitu penyediaan sarana dan prasarana pelayanan yang memadai oleh penyelenggara pelayanan publik.
6. Kompetensi Petugas Pemberi Pelayanan, yaitu kompetensi petugas pemberi pelayanan harus ditetapkan dengan tetap berdasarkan pengetahuan, keahlian, keterampilan, sikap dan perilaku yang dibutuhkan.

Untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan, yang dirumuskan sebagai Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) menurut Kepmenpan Nomor: KEP/25/M.PAN/2/2004 adalah data dan informasi tentang tingkat kepuasan masyarakat yang diperoleh dan hasil pengukuran secara kuantitatif dan kualitatif atas pendapat masyarakat dalam memperoleh pelayanan dari aparatur penyelenggara pelayanan publik dengan membandingkan antara harapan dan kebutuhannya.

Unsur Indeks Kepuasan masyarakat adalah:

1. Prosedur pelayanan, yaitu kemudahan tahapan pelayanan yang diberikan kepada masyarakat dilihat dari sisi kesederhanaan alur pelayanan;
2. Persyaratan Pelayanan, yaitu persyaratan teknis dan administratif yang diperlukan untuk mendapatkan pelayanan sesuai dengan jenis pelayanannya;
3. Kejelasan petugas pelayanan, yaitu keberadaan dan kepastian petugas yang memberikan pelayanan (nama, jabatan serta kewenangan dan tanggung jawabnya);
4. Kedisiplinan petugas pelayanan, yaitu kesungguhan petugas dalam memberikan pelayanan terutama terhadap konsistensi waktu kerja sesuai ketentuan yang berlaku;
5. Tanggung jawab petugas pelayanan, yaitu kejelasan wewenang dan tanggung jawab petugas dalam penyelenggaraan dan penyelesaian pelayanan;
6. Kemampuan petugas pelayanan, yaitu tingkat keahlian dan keterampilan yang dimiliki petugas dalam memberikan/menyelesaikan pelayanan kepada masyarakat;
7. Kecepatan pelayanan, yaitu target waktu pelayanan dapat diselesaikan dalam waktu yang telah ditentukan oleh unit penyelenggara pelayanan;
8. Keadilan mendapatkan pelayanan, yaitu pelaksanaan pelayanan dengan tidak membedakan golongan/status masyarakat yang dilayani;

9. Kesopanan dan keramahan petugas, yaitu sikap dan perilaku petugas dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat secara sopan dan ramah serta saling menghargai dan menghormati;
10. Kewajaran biaya pelayanan, yaitu keterjangkauan masyarakat terhadap besarnya biaya yang ditetapkan oleh unit pelayanan;
11. Kepastian biaya pelayanan, yaitu kesesuaian antara biaya yang dibayarkan dengan biaya yang telah ditetapkan;
12. Kepastian jadwal pelayanan, yaitu pelaksanaan waktu pelayanan, sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan;
13. Kenyamanan lingkungan, yaitu kondisi sarana dan prasarana pelayanan yang bersih, rapi, dan teratur sehingga dapat memberikan rasa nyaman kepada penerima pelayanan;
14. Keamanan Pelayanan, yaitu terjaminnya tingkat keamanan lingkungan unit penyelenggara pelayanan ataupun sarana yang digunakan, sehingga masyarakat merasa tenang untuk mendapatkan pelayanan terhadap risiko-risiko yang diakibatkan dari pelaksanaan pelayanan.

Menurut Rangkuti (2003:266), kepuasan pelanggan merupakan respons pelanggan terhadap kesesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakan setelah pemakaian. Kepuasan pelanggan ditentukan oleh berbagai jenis pelayanan yang didapatkan oleh pelanggan selama menggunakan beberapa tahapan pelayanan tersebut. Ketidakpuasan yang diperoleh pada tahap awal pelayanan menimbulkan persepsi berupa

pelayanan yang buruk untuk tahapan selanjutnya, sehingga pelanggan merasa tidak puas dengan pelayanan serta keseluruhan.

Selanjutnya Irawan (2003:16) mengemukakan bahwa terdapat lima komponen yang dapat mendorong kepuasan pelanggan, yaitu:

1. Kualitas Produk. Menyangkut lima komponen, yaitu kinerja (*performance*), reliabilitas (*reliability*), kesesuaian (*conformance*, *durability*, dan *consistency*).
2. Kualitas Pelayanan. Pelanggan akan merasa puas apabila pelayanan yang baik yang sesuai yang diharapkan.
3. Faktor Emosional. Kepuasan konsumen yang diperoleh pada saat menggunakan suatu produk yang berhubungan dengan gaya hidup. Kepuasan pelanggan didasari atas rasa bangga, rasa percaya diri, simbol sukses, dan sebagainya.
4. Harga. Produk yang mempunyai mutu sama, tetapi menetapkan harga relatif murah akan memberikan nilai lebih tinggi bagi konsumennya. Faktor harga merupakan salah satu faktor penting bagi konsumen untuk mengevaluasi tingkat kepuasannya. Artinya kalau harganya mahal seharusnya kualitasnya baik, dan sebaliknya, kalau harganya murah, maka produk/jasa yang dibeli biasanya kualitasnya tidak baik.
5. Kemudahan. Komponen ini berhubungan dengan biaya untuk memperoleh produk atau jasa. Pelanggan akan semakin puas apabila relatif mudah, nyaman, dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.

Ada beberapa metode yang bisa dipergunakan setiap perusahaan untuk mengukur dan memantau kepuasan pelanggannya dan pelanggan pesaing. Kotler (Fandy dan Grogorius, 2008: 210), mengidentifikasi ada empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu: sistem keluhan dan saran, *ghost shopping*, *lost consumer analysis*, dan survei kepuasan pelanggan.

1. Sistem Keluhan dan Saran. Setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan (*customer oriented*) perlu menyediakan kesempatan dan akses yang mudah dan nyaman bagi para pelanggannya guna menyampaikan kritik, saran, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang digunakan bisa berupa kotak saran yang ditempatkan di lokasi-lokasi strategis (yang mudah dijangkau atau sering dilewati pelanggan), kartu komentar (yang biasa diisi langsung maupun dikirim via pos kepada perusahaan, (saluran telepon khusus bebas pulsa, *websites*, dan lain-lain. Informasi yang diperoleh melalui metode ini dapat memberikan ide-ide baru dan masukan yang berharga kepada perusahaan, sehingga memungkinkan untuk bereaksi secara tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah-masalah yang timbul.
2. *Ghost Shopping (Mystery Shopping)*. Salah satu cara memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan memperkerjakan beberapa orang *ghost shipper* untuk berperan atau berpura-pura sebagai pelanggan potensial produk perusahaan dan pesaing. Mereka diminta berinteraksi dengan staf penyedia jasa dan menggunakan produk atau jasa perusahaan. Berdasarkan pengalamannya tersebut mereka kemudian

diminta melaporkan temuan-temuannya berkenaan dengan kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing.

3. *Lost Customer Analysis*. Sedapat mungkin perusahaan seyogianya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan atau penyempurnaan selanjutnya.
4. Survei Kepuasan Pelanggan. Sebagian besar riset kepuasan pelanggan dilakukan dengan menggunakan metode survei, baik survei melalui pos, telepon, email, *websites*, maupun wawancara langsung. Melalui survei, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan balikan secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan kesan positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap pelanggannya.

Menurut Umar (2003: 102), mengemukakan lima dimensi dalam menentukan kualitas jasa, yaitu:

1. *Reliability*, yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang sesuai janji yang ditawarkan.
2. *Responsiveness*, yaitu respons atau kesigapan karyawan atau staf dalam membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap.
3. *Assurance*, yaitu meliputi kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, keramah tamahan, perhatian dan kesopanan dalam memberikan pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi, kemampuan dalam memberikan keamanan di dalam

memanfaatkan jasa yang ditawarkan dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan.

4. *Emphaty*, yaitu perhatian secara individual yang diberikan perusahaan kepada konsumen seperti kemudahan untuk menghubungi perusahaan, kemampuan karyawan untuk berkomunikasi kepada konsumen dan usaha perusahaan untuk memahami keinginan dan kebutuhan konsumen.
5. *Tangibles*, yaitu meliputi penampilan fasilitas fisik seperti gedung dan ruangan *front office*, tersedianya tempat parkir, kebersihan, kerapian dan kenyamanan ruangan, kelengkapan peralatan komunikasi dan penampilan karyawan.

## **2.12 Transportasi**

Menurut Sakti Adji Adisasmita (2011: 1) dirumuskan sebagai kegiatan memindahkan atau mengangkut muatan (barang dan manusia) dari suatu tempat ke tempat lain, dari suatu tempat asal (*origin*) ke tempat tujuan (*destination*). Transportasi sendiri terbagi menjadi tiga, yaitu transportasi darat, transportasi laut, dan transportasi udara. Sedangkan kereta api, terdiri dari:

1. Kereta Api, yaitu sarana transportasi berupa kendaraan dengan tenaga gerak, baik berjalan sendiri maupun dirangkaikan dengan kendaraan lainnya, yang akan ataupun sedang bergerak di rel.
2. Kereta Api Rel Listrik (Komuter), disingkat KRL, merupakan kereta rel yang bergerak dengan system propulsi listrik.

3. KRL Commuter Line, dioperasikan seperti KRL Ekonomi, bedanya KRL Ekonomi tidak berhenti di beberapa stasiun dengan menerapkan pola operasi "*Single Operation*". Pola operasi "*Single Operation*" dimaksudkan bahwa perjalanan KRL pada lintas/relasi yang sama semua KRL memiliki waktu tempuh perjalanan yang sama dan berhenti di stasiun yang sama serta tidak dilakukan penyusulan antar KRL.

### **2.13 Penelitian Terdahulu**

Beberapa penelitian mengenai keputusan pembelian pernah dilakukan oleh Adinta Noorani (2012), berjudul "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Pembelian Jasa Kereta Api" meneliti pengaruh kualitas pelayanan terhadap pembelian jasa kereta api. Hasil pengujian regresi berganda, menggunakan 100 responden dengan menggunakan program SPSS. Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian jasa kereta api.

Penelitian oleh Herry Widagdo (2011), berjudul "Analisis kualitas layanan dan promosi terhadap keputusan konsumen membeli computer pada PT. XYZ Palembang" meneliti Kualitas layanan dan promosi sebagai variabel independen dan keputusan membeli sebagai variabel dependen. Penelitian ini menggunakan 110 responden yang menggunakan teknik analisis regresi linear berganda melalui program SPSS versi 17.00 dimana responden adalah konsumen yang membeli komputer di PT. XYZ di kota Palembang. Penelitian ini menunjukkan bahwa Persepsi Harga dan Persepsi kualitas memiliki

pengaruh positif terhadap keputusan pembelian komputer di PT. XYZ di Kota Palembang.

## **BAB III**

### **METODELOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Rencana Kerja**

Dalam pelaksanaan penelitian ini diperlukan rencana kerja. Rencana kerja pertama yang dilakukan adalah dengan melakukan kerjasama dengan PT. KAI (Persero) Sub Divre III Sum-Sel untuk mendapatkan data pertumbuhan penumpang kereta api Limex jurusan Tanjung Karang–Palembang. Kemudian melakukan survei untuk mendapatkan data tentang bagaimana pendapat penumpang kereta api terhadap pelayanan dan fasilitas kereta api tersebut. Data dapat digunakan sebagai acuan dalam mencari solusi investasi yang tepat untuk meningkatkan sarana dan prasarana kereta api Limex jurusan Tanjung Karang -Palembang.

#### **3.2 Metode Pengumpulan Data**

Sumber data diperoleh dari PT. KAI (Persero) Sub Divre III Sum-Sel dan juga data survei pengguna kereta api Limex jurusan Tanjung Karang - Palembang. Adapun data-data yang diperlukan adalah sebagai berikut:

1. Data pertumbuhan penumpang kereta api Limex jurusan Tanjung Karang–Palembang 5 tahun terakhir.

2. Data survei penumpang kereta api terhadap sarana dan prasana kereta api Limex jurusan Tanjung Karang–Palembang.

### 3.3 Teknik Sampling

Populasi target penelitian ini adalah pelanggan atau penumpang yang menggunakan jasa kereta api Limex jurusan Tanjung Karang – Palembang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan peneliti adalah *accidental sampling*. Sampel di sini, yaitu siapa saja penumpang yang sedang berada di dalam gerbong kereta api Limex jurusan Tanjung Karang - Palembang ataupun yang sedang berada di stasiun yang berencana menggunakan jasa kereta api Limex jurusan Tanjung Karang – Palembang. Jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan rumus Slovin (Umar, {2004:108}), yaitu:

$$n = \frac{N}{(1 + N e^2)}$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Persentase kelonggaran ketidaktelitian peneliti karena kesalahan sampel yang masih bisa ditoleransi 10 %.

Diketahui jumlah pelanggan kereta api Limex jurusan Tanjung Karang – Palembang pada Desember 2015 23.1091 pelanggan, sehingga diperoleh sampel sejumlah:

$$n = \frac{23.1091}{(1 + 23.1091 (0,1)^2)} \approx 100$$

Dari perhitungan di atas maka jumlah responden yang akan diambil adalah sebanyak 100 responden.

### 3.4 Pengolahan dan Analisa Data

#### 3.4.1 Uji Validitas

Pengujian validitas dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana alat pengukur (instrumen) mengukur apa yang ingin diukur. Uji validitas digunakan untuk menghitung nilai korelasi ( $r$ ) antara data pada masing-masing pertanyaan dengan skor total. Teknik yang dipakai untuk menguji validitas kuesioner adalah teknik korelasi product moment pearson. Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan bantuan Microsoft Excel 2007 dan SPSS versi 14.0. Nilai korelasi yang dihitung dinyatakan sah (*valid*) apabila nilai  $>0,361$ . Berdasarkan hasil pengolahan data, didapat bahwa kuesioner bersifat valid (Lampiran2).

#### 3.4.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat ukur di dalam mengukur gejala yang sama. Uji realibilitas dalam teknik alpha peneliatian ini menggunakan Cronbach. Hasil uji yang dilakukan dengan bantuan software SPSS versi 14.0 for Windows

menunjukkan bahwa perubahan tersebut bersifat sangat reliabel. Berdasarkan teknik *Alpha Cronbach* dihasilkan nilai untuk tingkat kepentingan adalah 0,952 dan untuk tingkat kinerja adalah 0,966 yang berarti nilai tersebut berada di atas nilai *Alpha Cronbach* ( $>0,60$ ).

### **3.4.3 Important Performance Analysis**

Metode *Importance and Performance Analysis* digunakan untuk mendapatkan informasi tentang tingkat kepuasan pelanggan terhadap suatu pelayanan dengan cara mengukur tingkat kepentingan dan tingkat pelaksanaannya. Tingkat kepentingan dari kualitas pelayanan adalah seberapa penting suatu peubah pelayanan bagi pelanggan terhadap kinerja pelayanan. *Scale Likert 5* tingkat digunakan untuk mengukur tingkat kepentingan yaitu sangat penting, penting, cukup penting, kurang penting dan tidak penting. Kelima tingkat tersebut diberi skor sebagai berikut:

- a. Jawaban sangat penting diberi skor 5.
- b. Jawaban penting diberi skor 4.
- c. Jawaban cukup penting diberi skor 3.
- d. Jawaban kurang penting diberi skor 2.
- e. Jawaban tidak penting diberi skor 1.

Tingkat pelaksanaan adalah kinerja aktual dari mutu pelayanan diberikan oleh PT. KAI, yang dirasakan oleh konsumennya. *Scale Likert 5* tingkat digunakan untuk mengukur tingkat pelaksanaan yaitu

sangat baik, baik, cukup baik, kurang baik dan tidak baik. Kelima tingkat tersebut diberi skor sebagai berikut:

- a. Jawaban sangat baik diberi skor 5.
- b. Jawaban baik diberi skor 4.
- c. Jawaban cukup baik diberi skor 3.
- d. Jawaban kurang baik diberi skor 2.
- e. Jawaban tidak baik diberi skor 1.

Dalam analisis data ini terdapat dua buah variabel yang diwakili oleh huruf X dan Y, dimana X adalah tingkat kinerja suatu produk konsumen, sementara Y adalah tingkat kepentingan konsumen.

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100 \%$$

Keterangan:

Tki = Tingkat kesesuaian responden

Xi = Skor penilaian kinerja (*performance*)

Yi = Skor penilaian kepentingan pelanggan

Bobot penilaian kinerja atribut produk adalah bobot tanggapan atau penilaian responden terhadap kinerja atribut-atribut yang telah dilakukan atau dirasakan oleh responden. Kinerja PT. KAI dianggap telah memenuhi kepuasan pelanggan jika  $Tki > 100\%$ . Dan sebaliknya, jika besar  $Tki < 100\%$  maka kinerja PT. KAI Sub Divre III Sum-Sel dianggap belum dapat memenuhi kepuasan pelanggan. Setelah diketahui tingkat kepentingan dan tingkat pelaksanaan setiap peubah

untuk seluruh responden, selanjutnya adalah memetakan hasil perhitungan yang telah didapat ke dalam diagram Kartesius. Masing-masing atribut diposisikan dalam sebuah diagram, dimana skor rata-rata penilaian terhadap tingkat kinerja (X) menunjukkan posisi suatu atribut pada sumbu X, sementara posisi atribut pada sumbu Y, ditunjukkan oleh skor rata-rata tingkat kepentingan terhadap atribut (Y).

$$\bar{X} = \frac{\sum xi}{n} \quad \text{dan} \quad \bar{Y} = \frac{\sum xi}{n}$$

Keterangan:

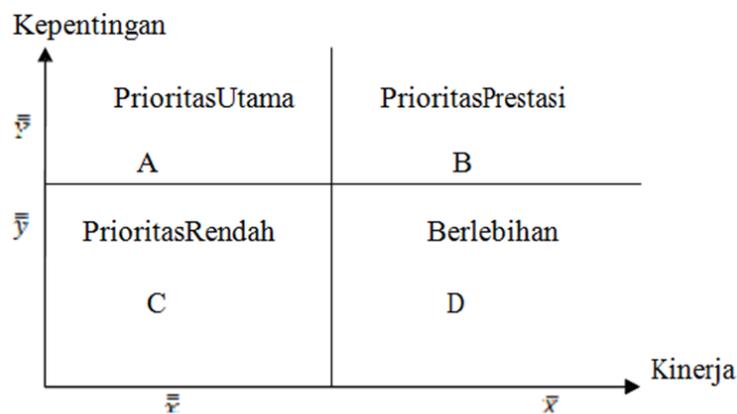
$\bar{X}$  = Skor rata-rata tingkat pelaksanaan/kepuasan

$\bar{Y}$  = Skor rata-rata tingkat kepentingan

n = Jumlah Responden

Analisis tingkat kepentingan dan kepuasan penghuni dapat menghasilkan suatu diagram kartesius yang dapat menunjukkan letak faktor-faktor atau unsur-unsur yang dianggap memengaruhi kepuasan penghuni. Dalam diagram kartesius tersebut faktor-faktor akan dijabarkan dalam empat kuadran. Untuk analisis data dilengkapi pula dengan analisis diagram kartesius, yang bertujuan untuk mengetahui kualitas pelayanan. Analisis ini juga dapat digunakan untuk mengidentifikasi langkah-langkah perbaikan melalui peningkatan pelayanan pada jasa tersebut. Langkah ini adalah menjabarkan variabel ke dalam diagram kartesius berdasarkan penilaian *performance* (kinerja) sistem pelayanan dan penilaian harapan. Sebagai sumbu X

adalah *Performance* (kinerja) sistem pelayanan dan sumbu Y adalah harapan pelanggan.



Gambar 3. 1. Didagram Kartesius

Keterangan:

a. Kuadran A (prioritas utama)

Kuadran ini merupakan wilayah yang memuat peubah dengan tingkat kepentingan tinggi, tetapi memiliki tingkat kinerja rendah. Peubah-peubah yang masuk pada kuadran ini harus ditingkatkan kinerjanya. Perusahaan harus secara terus menerus melaksanakan perbaikan.

b. Kuadran B (pertahankan prestasi)

Faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan dan faktor-faktor yang dianggap pelanggan telah sesuai dengan apa yang dirasakannya, sehingga tingkat kepuasannya relatif lebih tinggi. Peubah-peubah yang masuk pada kuadran ini harus tetap dipertahankan dan harus terus di-kelola dengan baik, hal ini

dikarenakan semua peubah ini menjadikan produk atau jasa tersebut unggul dimata pelanggan.

c. Kuadran C (prioritas rendah)

Kuadran ini merupakan wilayah yang memuat peubah dengan tingkat kepentingan dan tingkat kinerja rendah. Peubah-peubah mutu pelayanan yang termasuk dalam kuadran ini dirasakan tidak terlalu penting oleh pelanggan dan pihak perusahaan hanya melaksanakan dengan biasa saja. Pihak perusahaan belum merasa terlalu perlu mengalokasikan biaya dan investasi untuk memperbaiki kinerjanya (prioritas rendah). Namun perusahaan juga perlu mewaspadaai, mencermati, dan mengontrol setiap peubah pada kuadran ini, karena tingkat kepentingan pelanggan dapat berubah seiring meningkatnya kebutuhan.

d. Kuadran D (berlebihan)

Faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan dirasakan terlalu berlebihan. Peubah-peubah yang termasuk dalam kuadran ini dapat dikurangi agar perusahaan dapat menghemat biaya. Adapun atribut kualitas pelayanan pelanggan Kereta Api Limex Sriwijaya Tanjung Karang-Palembang yang dilakukan oleh PT.KAI Sub Divre III Sum-Sel disajikan pada Tabel 3.1.

Tabel 3. 1. Atribut kualitas pelayanan pelanggan Kereta Api Limex Sriwijaya

Tanjung Karang-Palembang

No.	AtributLayanan
<b>RELIABILITY</b>	
1.	Kemudahan menjangkau lokasi stasiun
2.	Ketersediaan informasi berkaitan dengan jadwal KA
3.	Ketepatan jadwal perjalanan KA
4.	Kemampuan memberikan pelayanan terbaik pada pelanggan
5.	Kemudahan dalam memperoleh informasi yang jelas
<b>RESPONSIVENESS</b>	
6.	Kecepatan dan kesiapan petugas dalam menyediakan pelayanan bagi pelanggan hingga Tuntas
7.	Kecepatan dan ketepatan dalam memberikan informasi yang dibutuhkan pelanggan
8.	Kecepatan dalam merespon kondisi darurat di dalam kereta maupun di stasiun
9.	Kecepatan dalam merespon keluhan dan permasalahan pelanggan
10.	Petugas selalu menunjukkan rasa percaya diri dan sikap siap melayani/membantu pelanggan
<b>ASSURANCE</b>	
11	Keramahan dan kesopanan petugas dalam melayani pelanggan
12	Kemampuan petugas dalam melaksanakan pekerjaannya
13	Keamanandan kenyamanan pada saat berada di stasiun/kereta
14	Kenyamanan pada saat naik turun kereta
15	Ketersediaan asuransi atau jaminan keselamatan
<b>EMPHATY</b>	
16	Kemampuan petugas memberikan informasi kepada pelanggan dengan bahasa yang mudah Dimengerti
17	Kesediaan karyawan untuk menghargai dan melayani serta mengutamakan kebutuhan Pelanggan
18	Kejujuran dan kesabaran karyawan/petugas dalam memberikan pelayanan
19	Harga tiket yang ditawarkan
20	Ketersediaan layanan pelanggan 24 jam
<b>TANGIBLES</b>	
21	Ketersediaan layanan pelanggan 24 jam
22	Kebersihan di dalam kereta
23	Sirkulasi udara di dalam kereta
24	Ketersediaan alat untuk menginformasikan rute perjalanan
25	Jumlah tempat duduk di dalam kereta

Sumber: Data Primer diolah (2016)

#### 3.4.4. Indeks Kepuasan Pelanggan (*Customer Satisfaction Index*)

Pengukuran terhadap indeks kepuasan pelanggan (*Customer Satisfaction Index*) diperlukan karena hasil dari pengukuran tersebut dapat digunakan sebagai acuan untuk menentukan sasaran-sasaran ditahun-tahun mendatang. Tanpa adanya indeks kepuasan pelanggan tidak mungkin *top management* dapat menentukan target dalam peningkatan kepuasan pelanggan. Selain itu indeks juga diperlukan karena proses pengukuran kepuasan pelanggan bersifat *continue*. Cara menghitung indeks kepuasan pelanggan adalah:

1. Menghitung *Weighting Factors* (WF)

Yaitu fungsi dari media *importance score* atau skor median tingkat kepentingan masing-masing atribut dalam bentuk 5% dari total median *importance score* atau skor median tingkat kepentingan untuk seluruh atribut yang diuji.

2. Menghitung *Weighted Score* (WS)

Yaitu fungsi dari median *satisfaction score* atau skor median tingkat kepuasan masing-masing atribut dikalikan dengan *Weighting Factors* (WF) masing-masing atribut.

3. Menghitung *Weighted Median Total* (WMT)

Yaitu total dari nilai *Weighted Score* (WS) keseluruhan

4. Indeks Kepuasan Pelanggan

Yaitu perhitungan dari *Weighted Median Total* (WMT) dibagi skala maksimum atau *highest scale* dikali 100%.

Tingkat kepuasan responden secara menyeluruh dapat dilihat dari kriteria tingkat kepuasan pelanggan atau konsumen, dengan kriteria sebagai berikut:

- |    |             |             |
|----|-------------|-------------|
| a. | 0.81 - 1,00 | Sangat Puas |
| b. | 0,51 - 0,65 | Cukup Puas  |
| c. | 0,00 – 0,34 | Tidak Puas  |

#### **3.4.5. Uji Chi Square**

Uji *Chi Square* merupakan salah satu uji *statistic non parametrik*.

Karena termasuk dalam uji nonparametrik, maka uji *ChiSquare* dapat diterapkan untuk kategorik pengujian data nominal. Pengujian *Chi Square* biasa digunakan untuk mengetahui frekuensi dua data observasi terhadap frekuensi data observasi yang diharapkan (*expected value*). Berdasarkan sebaran data tersebut besarnya pengaruh suatu observasi terhadap observasi dapat diketahui lainnya. Dalam penelitian ini, *Uji Chi Square* dilakukan untuk mengetahui hubungan antara variabel pelanggan KA dengan variabel yang terdapat pada karakteristik Limex Sriwijaya Tanjung Karang-Palembang dengan tingkat kepuasan pelanggan. Variabel-variabel yang akan diuji antara lain:

1. Jenis kelamin dengan tingkat kinerja
2. Usia dengan tingkat kinerja
3. Jenis pekerjaan dengan tingkat kinerja
4. Tingkat pendapatan dengan tingkat kinerja
5. Tujuan perjalanan dengan tingkat kinerja

6. Alat transportasi awal sebelum beralih ke Kereta Api Limex Sriwijaya Tanjung Karang-Palembang dengan tingkat kinerja
7. Alasan mempergunakan Kereta Api Limex Sriwijaya Tanjung Karang-Palembang dengan tingkat kinerja
8. Alat transportasi menuju stasiun dengan tingkat kinerja
9. Alat transportasi meninggalkan stasiun dengan tingkat kinerja
10. Frekuensi penggunaan Kereta Api Limex Sriwijaya Tanjung Karang-Palembang tingkat kinerja

Rumus dari *Uji Chi Square* adalah:

$$\chi^2 = \sum_{j=1}^k \frac{(O_j - E_j)^2}{E_j}$$

Keterangan :

$\chi^2$  : *Chi Square*

$O_j$  : Frekuensi hasil observasi

$E_j$  : Frekuensi yang diharapkan

Hipotesa dari uji *Chi Square* adalah  $H_0$  menyatakan frekuensi data observasi bersifat bebas atau tidak terdapat pengaruh atau hubungan antara dua observasi yang diuji, sedangkan  $H_1$  menyatakan terdapat pengaruh atau hubungan antara kedua observasi tersebut. Penulisan hipotesa tersebut adalah:

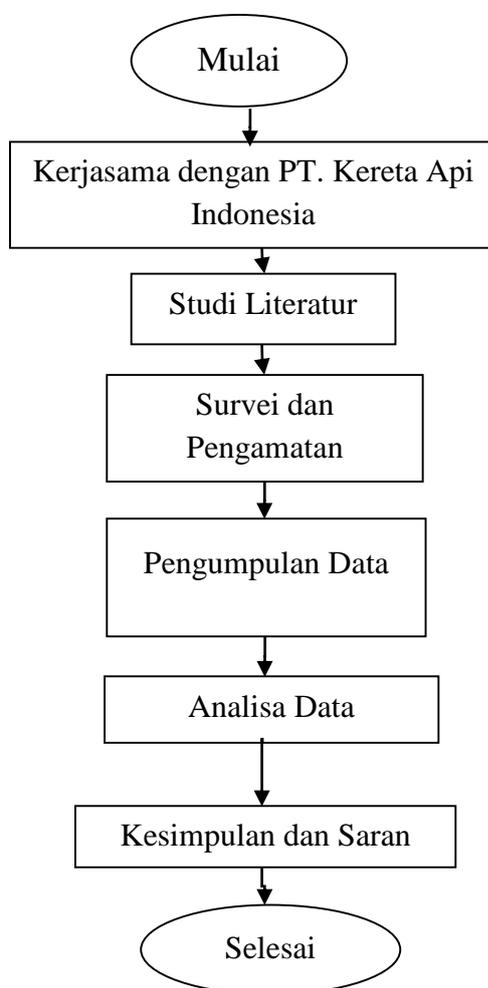
$$H_0: \rho_{11} = \rho_{12} = \rho_{13} \dots = \rho_{JJ}$$

$$H_1: \rho_{11} \neq \rho_{12} \neq \rho_{13} \dots \neq \rho_{JJ}$$

Dasar pengambilan keputusan adalah jika nilai *Chi Square* hitung lebih besar dari *chi square* tabel atau nilai *probability Chi Square* lebih kecil dari  $\alpha$  (5%), maka  $H_0$  ditolak. Sebaliknya, penerimaan  $H_0$  terjadi jika nilai *Chi Square* hitung lebih kecil dari *Chi Square* tabel atau nilai *probability Chi Square* lebih besar dari  $\alpha$  (5%).

### 3.5 Diagram Alir Penelitian (*Flow Chart*)

Adapun diagram alir untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 3. 2. Diagram Alir

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

a. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat sebelas atribut yang dianggap penting dalam menentukan kepuasan pelanggan KA Limex Sriwijaya Tanjung Karang-Palembang. Kesebelas atribut tersebut antara lain:

- 1) Ketepatan jadwal perjalanan KA,
- 2) Kemudahan dalam memperoleh informasi yang jelas,
- 3) Kecepatan dan ketepatan dalam memberikan informasi yang dibutuhkan pelanggan,
- 4) Kecepatan merespon kondisi darurat di dalam kereta maupun distasiun,
- 5) Kecepatan dalam merespon keluhan dan permasalahan pelanggan,
- 6) Kemampuan petugas dalam melaksanakan pekerjaannya,
- 7) Keamanan dan kenyamanan pada saat berada di stasiun/kereta,
- 8) Kenyamanan pada saat naik turun kereta,
- 9) Kebersihan di stasiun,
- 10) Kebersihan di dalam kereta, dan

- 11) Kebersihan toilet di stasiun.
- b. Kinerja PT. KA (Persero) terhadap atribut kualitas pelayanan yang menentukan kepuasan pelanggan KA Limex Sriwijaya Tanjung Karang-Palembang masih kurang memuaskan. Hal ini berdasarkan hasil dari *Importance Performance Analysis* yang menunjukkan bahwa terdapat sebelas atribut yang berada pada kuadran pertama (prioritas utama) yang mana atribut-atribut yang terdapat pada kuadran ini merupakan atribut-atribut yang memiliki nilai kepentingan yang tinggi bagi konsumen, namun kinerjanya masih kurang memuaskan.
- c. Berdasarkan *Customer Satisfaction Indeks* (CSI), diketahui bahwa nilai CSI sebesar 0,476 yang mana nilai tersebut berada pada interval nilai 0.35–0.50 yang berarti pelanggan “Kurang Puas” terhadap kinerja pelayanan yang dilakukan oleh PT.KAI pada KA Limex Sriwijaya Tanjung Karang-Palembang. Hasil ini menunjukkan terdapat kesenjangan yang cukup besar antara harapan pelanggan dengan kualitas pelayanan yang diterima pelanggan.
- d. Berdasarkan uji Korelasi *Chi Square* yang dilakukan pada sepuluh variabel karakteristik pelanggan diketahui bahwa terdapat tiga variabel yang memiliki hubungan dengan tingkat kepuasan pelanggan. Ketiga variabel tersebut antara lain sebagai berikut:
- 1) Tujuan perjalanan,
  - 2) Alat transportasi awal sebelum menggunakan KA Limex Sriwijaya Tanjung Karang-Palembang,

- 3) alat transportasi yang digunakan meninggalkan stasiun memiliki korelasi atau hubungan dengan tingkat kepuasan pelanggan. Hal tersebut berdasarkan pada nilai *P value* dari ketiga variabel yang terdapat pada karakteristik pelanggan yaitu *P value* (Asymp.Sig) <5 % (0,000<0,05)

## 5.2 Saran

- a. Dapat dilakukan penelitian selanjutnya dengan objek penelitian yang lebih luas, yaitu tidak hanya pada satu perusahaan transportasi, melainkan dapat diperluas atau dapat dibandingkan dengan perusahaan transportasi lain seperti transportasi bus, pelayanan kapal, dan transportasi udara yang ada di Indonesia. Selain itu tipe kepemilikan perusahaan menjadi pertimbangan dalam penelitian dengan membandingkan perusahaan berdasarkan kepemilikannya yaitu perusahaan transportasi swasta atau perusahaan transportasi milik pemerintah dan asing.
- b. Penelitian mendatang dapat dilakukan dengan mengkaji kualitas pelayanan yang berorientasi pada pelanggan, sebagai salah satu cara menciptakan kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arsyad, Aisyah T. 2008. Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Jasa Lembaga Pendidikan “XYZ”. Skripsi pada Fakultas Ekonomi Manajemen, Institut Pertanian Bogor, Bogor.
- Irawan, H. 2003. Prinsip Kepuasan Pelanggan. PT Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Kotler, P. 2000. Marketing Management. New Jersey : The Millennium Edition, Prentice Hall International Edition
- Kotler, P. 2005. Manajemen Pemasaran (Terjemahan, Jilid1). PT. Indeks, Jakarta
- Kotler, P dan K.L.Keller .2007. Manajemen Pemasaran (Terjemahan, Jilid2). PT. Indeks, Jakarta.
- Lovelock, CH. Dan LK. Wright. 2005. Manajemen Pemasaran Jasa (Terjemahan). PT Indeks, Jakarta.
- Masri, H. 2002. Analisis Pengaruh Faktor-Faktor Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Kereta Api (Studi Kasus pada PT. Kereta Api Indonesia Daop IV Semarang). Tesis pada Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Sumarwan, U. 2002. Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran. Ghalia Indonesia, Bogor.
- Supranto, J. 1997. Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar. Rineka Cipta, Jakarta.
- Supranto, J. 2001. Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk meningkatkan Pangsa Pasar. Rineka Cipta, Jakarta.
- Tjiptono, J. Dan Chandra. G. 2005. Service, Quality Satisfaction. ANDI, Yogyakarta.

- Umar, H. 2003. *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa*. Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Umar, H. 2005. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Rangkuti, F. 2003. *Measuring Customer Satisfaction*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- [http://id.wikipedia.org/wiki/KRL\\_Jabotabek](http://id.wikipedia.org/wiki/KRL_Jabotabek) (diakses 11 maret 2016)
- <http://id.wikipedia.org/wiki/Transportasi> (diakses 27 maret 2016)