

**PENGARUH PENERAPAN PELAYANAN PRIMA DAN FASILITAS
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
PT KERETA API INDONESIA
(Studi Pada Penumpang Kereta Api Kuala Stabas Bandar Lampung)**

(Skripsi)

Oleh
Diah Fortuna Morely



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2024**

ABSTRAK

PENGARUH PENERAPAN PELAYANAN PRIMA DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT KERETA API INDONESIA (Studi Pada Penumpang Kereta Api Kuala Stabas Bandar Lampung)

Oleh

DIAH FORTUNA MORELY

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pelayanan prima dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan Kereta Api Kuala Stabas Bandar Lampung menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian *Explanatory Research*. Teknik pengambilan sampling yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik *Nonprobability Sampling* dengan *Purposive Sampling*. Pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebar ke 100 *responden* penumpang Kereta Api Kuala Stabas Bandar Lampung, dengan menggunakan skala *Likert*. Analisis dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linear berganda, dengan bantuan aplikasi SPSS 27. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelayanan prima berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kemudian, fasilitas berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Lebih lanjut, variabel pelayanan prima dan fasilitas berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: Pelayanan Prima, Fasilitas, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

THE EFFECT OF IMPLEMENTING SERVICE EXCELLENT AND FACILITIES ON CUSTOMER SATISFACTION PT INDONESIA RAILWAYS (Study on Kuala Stabas Bandar Lampung Train Passengers)

By

DIAH FORTUNA MORELY

This research aims to determine the effect of service excellent and facilities on Kuala Stabas Bandar Lampung Railway customer satisfaction using a quantitative approach with explanatory research. The sampling technique used in this research is nonprobability sampling technique with purposive sampling. Data were collected using a questionnaire distributed to 100 respondents of Kuala Stabas Bandar Lampung Train passengers, using a Likert scale. The analysis was carried out using multiple linear regression analysis, with the help of the SPSS 27 application. The research results show that service excellent has a positive and significant effect on customer satisfaction. Then, facilities have a positive effect that is not significant to customer satisfaction. Furthermore, the variables of excellent service and facilities simultaneously have a significant effect on customer satisfaction.

Keywords: *Excellent Service, Facilities, Customer Satisfaction*

**PENGARUH PENERAPAN PELAYANAN PRIMA DAN FASILITAS
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
PT KERETA API INDONESIA
(Studi Pada Penumpang Kereta Api Kuala Stabas Bandar Lampung)**

Oleh

Diah Fortuna Morely

Skripsi

**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar
SARJANA ILMU ADMINISTRASI BISNIS**

Pada

**Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2024**

Judul Skripsi : **PENERAPAN PELAYANAN PRIMA DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT KERETA API INDONESIA (Studi Pada Penumpang Kereta Api Kuala Stabas Bandar Lampung)**

Nama Mahasiswa : *Diah Fortuna Morely*

NPM : **1916051079**

Program Studi : **Ilmu Administrasi Bisnis**

Fakultas : **Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

MENYETUJUI

1. **Komisi Pembimbing**



Dr. Nur Efendi, S.Sos.,M.Si
NIP. 196910121995121001



Dra. Fenny Saptiani, M.Si
NIK. 231504630710201

2. **Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis**



Dr. Ahmad Rifa'i, S.Sos.,M.Si.
NIP.197502042000121001

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua : Dr. Nur Efendi, S.Sos.,M.Si



Sekretaris : Dra. Fenny Saptiani, M.Si



Penguji : Dr. Ahmad Rifa'i, S.Sos.,M.si



2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dra. Ida Nurhaida, M.Si.
NIP. 19610807 198703 2 001

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 19 Juni 2024

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, Skripsi ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (Sarjana), baik di Universitas Lampung maupun perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan dari Komisi Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah di tulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Bandar Lampung, 19 Juni 2024

Yang membuat pernyataan,



Diah Fortuna Morely
NPM 1916051079

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama lengkap **Diah Fortuna Morely** yang lahir pada tanggal 1 Juli 2001. Penulis merupakan anak pertama dari tiga bersaudara dari pasangan Bapak Andi Rakhman dan Ibu Husnah. Memiliki dua saudara, saudara perempuan yang bernama Balqis Annora Blenda dan saudara laki-laki bernama Arkhan Al Khozin.

Latar belakang pendidikan yang telah ditempuh oleh penulis yaitu menyelesaikan pendidikan Taman Kanak-Kanak “TK Islam Ibnurusyd selesai pada tahun 2006”, kemudian melanjutkan pendidikan Sekolah Dasar “SD Islam Ibnurusyd selesai pada tahun 2012”, kemudian melanjutkan Sekolah Menengah Pertama “SMPN 1 Kotabumi selesai pada tahun 2015, kemudian melanjutkan pendidikan Sekolah Menengah Atas “SMAN 3 Kotabumi selesai pada tahun 2018”, kemudian melanjutkan pendidikan Diploma 3 “D3 Administrasi Perkantoran Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung” selesai pada tahun 2021, kemudian penulis melanjutkan pendidikan Strata satu (S1) dengan mengambil jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung pada tahun 2022. Penulis melaksanakan kegiatan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di PT. Lampung Berkah Finansial Teknologi pada bulan Januari 2021 – Maret 2021 yang menjadi syarat menyelesaikan pendidikan Diploma 3 (D3) dan penulis melaksanakan kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) pada bulan Juni 2023 – Agustus 2023 selama 40 hari di Pekon Benteng Jaya Kecamatan Kota Agung Pusat Kabupaten Tanggamus.

MOTTO

“Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan lain).

Dan hanya kepada TUHAN mu lah engkau berharap”

(Q.S. Al-Insyirah :6-8)

“Tidak ada kesuksesan tanpa kerja keras. Tidak ada keberhasilan tanpa kebersamaan. Tidak ada kemudahan tanpa doa”

(Ridwan Kamil)

“Jangan lihat kebelakang karena sudah lewat.

Jangan lihat ke depan karena belum terjadi.

Lihat saja ke bawah, siapa tahu temu duit.”

(Diah Fortuna Morely)

PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmaanirrahiim

Alhamdulillah, Segala puji dan syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan nikmat sehat, nikmat akal dan kesempatan, menjadi sebaik-baiknya pelindung, penolong, dan pemberi kemudahan dalam setiap urusan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Dengan segala kerendahan hati saya persembahkan skripsi ini kepada:

Kedua Orang Tuaku Tercinta,
Ayahanda Andi Rakhman dan Ibunda Husnah yang Telah Membesarkan,
Mendidik, Membimbing Cinta dan Kasih Sayang yang Tiada Habisnya. Terima
Kasih Telah Mendoakan dan Berjuang Untuk Kehidupanku.

Untuk diri saya sendiri
Terimakasih karena telah berjuang dan bertahan sampai saat ini sampai mampu
berada di titik ini.

Adik-adikku Tersayang,
Terima Kasih atas segala motivasi yang menguatkan, memberi semangat
disegala keterbatasan dan mendukung setiap langkahku. Terima Kasih telah hadir
serta memberi warna dalam hidupku.

Keluarga Besar dan Sahabat-sahabat Tercinta yang telah ada pada setiap proses
dalam kehidupanku.

Dosen pembimbing dan penguji yang telah berjasa dan seluruh dosen yang telah
membantu, mengarahkan dan membagi ilmunya untuk bekalku di masa depan.

Almamater Tercinta
Universitas Lampung

SANWACANA

Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya sehingga saya bisa menyelesaikan Skripsi ini yang membuat diri saya menjadi pribadi yang lebih sabar dan menghargai waktu yang ada. Skripsi yang diangkat oleh penulis ini berjudul **“PENGARUH PENERAPAN PELAYANAN PRIMA DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT KERETA API INDONESIA (Studi Pada Penumpang Kereta Api Kuala Stabas Bandar Lampung)”**. Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis di Universitas Lampung. Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini telah mendapatkan bimbingan, bantuan, dukungan dan arahan berbagai pihak. Maka dari itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dra. Ida Nurhaida, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
2. Bapak Dr. Dedy Hermawan, S.Sos., M.Si., selaku Wakil Dekan Akademik dan Kerja Sama Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
3. Bapak Dr. Arif Sugiono, S.Sos., M.Si., selaku Wakil Dekan Umum dan Keuangan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
4. Bapak Dr. Robi Cahyadi Kurniawan, S.IP, M.A., selaku Wakil Dekan Kemahasiswaan dan Alumni Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
5. Bapak Dr. Ahmad Rifa'i, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
6. Ibu Damayanti, S.A.B., M.A.B., selaku Sekertaris Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung
7. Bapak Dr. Nur Efendi, S.Sos., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah bersedia meluangkan waktunya, membimbing penulis dengan sabar,

banyak memberikan saran, masukan dan arahan dalam proses penyelesaian skripsi ini. Serta selalu memotivasi penulis untuk segera menyelesaikan skripsi ini. Semoga senantiasa berada dalam lindungan Allah SWT, diberikan umur yang Panjang dan diberikan Kesehatan dan juga semua kebaikan yang telah diberikan kepada penulis selama proses bimbingan skripsi dibalas oleh Allah SWT.

8. Ibu Dra. Fenny Saptiani, M.Si., selaku Dosen pembimbing kedua yang telah bersedia meluangkan waktunya, membimbing penulis dengan sabar, banyak memberikan saran, masukan dan arahan dalam proses penyelesaian skripsi ini. Serta selalu memotivasi penulis untuk segera menyelesaikan skripsi ini. Semoga senantiasa berada dalam lindungan Allah SWT, diberikan umur yang Panjang dan diberikan Kesehatan dan juga semua kebaikan yang telah diberikan kepada penulis selama proses bimbingan skripsi dibalas oleh Allah SWT.
9. Bapak Dr. Ahmad Rifa'i, S.Sos., M.Si., selaku Dosen Penguji Utama yang telah bersedia meluangkan waktunya, membimbing penulis dengan sabar, memberikan arahan, memberikan masukan yang sangat baik untuk skripsi penulis dan membantu untuk lebih memahami skripsi yang telah ditulis. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan perlindungan dan memberikan keberkahan dan Kesehatan serta umur yang panjang dan segala kebaikan dibalas oleh Allah SWT.
10. Seluruh Dosen dan Staff Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis yang selama ini telah banyak memberikan ilmu pengetahuan serta memberikan bantuan yang berharga bagi penulis.
11. Bapak dan Ibu karyawan PT Kereta Api Indonesia Kereta Api Kuala stabas Bandar Lampung atas izin dan kesempatannya membantu penulis pada saat penelitian.
12. Untuk orang tuaku, Abi Andi Rakhman dan Ibundaku Husnah yang telah melahirkan, membesarkan, merawat dan mendidik anak pertama ini dengan sangat baik. Terima kasih banyak sudah memberikan segala sesuatu dan mengusahakan apapun untukku. Terus mendukung serta mendoakan setiap langkah yang telah aku pilih. Terimakasih atas segala jerih payah keringat yang terbuang demi menyekolahkan ku bahkan sampai dengan jenjang sarjana.

Dengan segala keterbatasan dan perjuangan kalian selalu memberikan pendidikan dunia dan akhirat yang terbaik untukku. Semua pengorbanan yang sudah abi dan bunda lakukan tidak akan dapat aku balas dengan apapun. Doakan aku semoga setelah ini aku dapat membahagiakan abi dan bunda dan dapat menjadi kebanggaan kalian serta selalu menjadi anak yang berbakti untuk selamanya.

13. Untuk Adik-adikku tersayang Balqis Annora Blenda dan Arkhan Al Khozin. Terima kasih yang tak terhingga aku ucapkan karena telah mengajarkan banyak hal, mengajarkan ku arti kesabaran, mengalah, peduli dan telah menjadi teman hiburanku ketika dirumah. Semoga adik-adikku diberikan rezeki yang berlimpah dan diberikan kesehatan agar dapat melihat kakakmu ini sukses.
14. Untuk Achmad Darmawan saya ucapkan terima kasih yang selalu ada dan tak henti-hentinya memberikan semangat dan dukungan serta bantuan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Semoga kita diberikan kemudahan dalam menjalankan hal baik.
15. Sahabat-sahabatku Chika Handika, Zalfa Tasya, Ranisa fidela dan Nadya Shiffa yang selalu mendukung dan memotivasiku baik dalam suka maupun duka, Semoga sukses menyertai kita semua.
16. Teman seperjuangan konversi Andina Febidiliyana yang telah bersama sama melewati masa perkuliahan sejak 2018 yang saling menguatkan selama masa perkuliahan. Semoga kita semakin kuat dan tercapai segala cita-cita kita.
17. Almamater tercinta Universitas Lampung.

Kiranya masih banyak lagi yang membantu penulis dan namanya tidak dapat disebutkan satu persatu dalam sawacana ini. Akhir kata penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna akan tetapi penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semuanya.

Bandar Lampung 19 Juni 2024
Penulis,

Diah Fortuna Morely

DAFTAR ISI

Halaman

DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR RUMUS	xix
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Pelayanan Prima	9
2.1.1 Pengertian Pelayanan Prima	9
2.1.2 Tujuan Pelayanan Prima.....	11
2.1.3 Manfaat Pelayanan Prima.....	13
2.1.4 Indikator Pelayanan Prima	15
2.1.5 Macam-Macam Pelayanan Prima.....	19
2.1.6 Ciri-ciri Pelayanan Prima	20
2.1.7 Kualitas Pelayanan Prima.....	21
2.2 Fasilitas.....	22
2.2.1 Pengertian Fasilitas.....	22
2.2.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Fasilitas	23
2.2.3 Indikator Fasilitas	24
2.3 Kepuasan Pelanggan.....	27
2.3.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	27
2.3.2 Elemen-Elemen Kepuasan Pelanggan.....	28
2.3.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan	29

2.3.4 Indikator Kepuasan Pelanggan	30
2.4 Penelitian Terdahulu.....	31
2.5 Kerangka Pemikiran	34
2.6 Hipotesis	35
III METODOLOGI PENELITIAN	37
3.1 Jenis Penelitian	37
3.2 Jenis Pengumpulan Data	37
3.2.1 Data Primer.....	37
3.2.2 Data Sekunder	38
3.3 Teknik Pengumpulan Data	38
3.3.1 Kuesioner.....	38
3.3.2 Studi Pustaka	38
3.4 Populasi dan Sampel	39
3.4.1 Populasi	39
3.4.2 Sampel	39
3.5 Skala Pengukuran	41
3.6 Definisi Operasional.....	42
3.7 Teknik Pengujian Instrumen	46
3.7.1 Uji Validitas.....	46
3.7.2 Uji Reliabilitas.....	48
3.8 Teknik Analisis Data	50
3.8.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	50
3.8.2 Analisis Statistik Inferensi.....	50
IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	57
4.1 Gambaran Umum dan Objek Penelitian.....	57
4.1.1 Sejarah PT KAI	57
4.1.2 Sejarah Kereta Api Kuala Stabas Bandar Lampung.....	59
4.1.3 Visi dan Misi	59
4.1.4 Tujuan PT KAI.....	60
4.1.5 Budaya Perusahaan.....	60
4.1.6 Logo Perusahaan	61
4.1.7 Tarif dan Rute Kereta Api Kuala Stabas	62
4.2 Hasil Analisis Statistik Deskriptif	63
4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden	63

4.2.2 Analisis Jawaban Responden	66
4.3 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	102
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	104
4.4.1 Uji Normalitas	104
4.4.2 Uji Heteroskedastisitas	105
4.4.3 Uji Multikolinearitas	106
4.5 Hasil Uji Hipotesis	106
4.6 Pembahasan	111
4.6.1 Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Pelanggan	111
4.6.2 Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan	113
4.6.3 Pengaruh Pelayanan Prima dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan	115
V SIMPULAN DAN SARAN.....	117
5.1 Simpulan.....	117
5.2 Saran	119
DAFTAR PUSTAKA	120
LAMPIRAN.....	121

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	35
Gambar 4.1 Logo Budaya Perusahaan PT KAI.....	60
Gambar 4.2 Logo PT Kereta Api Indonesia	61
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	64
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Penumpang.....	64
Gambar 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	65
Gambar 4.6 Hasil Uji Heterokedasitas.....	103

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1.1 Rute Kereta Api Kuala Stabas	2
Tabel 1.2 Jumlah Penumpang Kereta Api Kuala Stabas.....	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	31
Tabel 3.1 Tabel Skala <i>Likert</i>	41
Tabel 3.2 Definisi Oprasional	41
Tabel 3.3 Uji Validitas	47
Tabel 3.4 Uji Reabilitas.....	49
Tabel 3.5 Interpretasi Data.....	55
Tabel 4.1 Tarif Kereta Api Kuala Stabas	61
Tabel 4.2 Rute Kereta Api Kuala Stabas	61
Tabel 4.3 Karakteristik Responen Berdasarkan Usia	63
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi.....	65
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Mengenai Sikap Ramah Petugas Kereta Api Kuala Stabas	666
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Mengenai sikap sopan petugas Kereta Api Kuala Stabas	677
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Mengenai Petugas Kereta Api Kuala Stabas Memberikan Perhatian Atas Keperluan dan Kebutuhan Pelanggan...	688
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Mengenai Petugas Kereta Api Kuala Stabas Membantu Kesulitan Pelanggan.....	70
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Mengenai Petugas Kereta Memberikan Tindakan Yang Cepat dan Tanggap Dalam Merespon Keluhan Pelanggan	71
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Mengenai Petugas Kereta Tidak Memilih-Milih Pelanggan	722

Tabel 4.11	Tanggapan Responden Mengenai Pengetahuan Petugas Dalam Pelayanan Perkereta Api	74
Tabel 4.12	Tanggapan Responden Mengenai Keterampilan Petugas Dalam Melayani Pelanggan	75
Tabel 4.13	Tanggapan Responden Mengenai Petugas Kereta Berpenampilan Rapi dan Sopan	77
Tabel 4.14	Tanggapan Responden Mengenai Petugas Kereta Tidak Memakai Aksesoris Yang Berlebihan	78
Tabel 4.15	Tanggapan Responden Mengenai Petugas Kereta Tidak Istirahat Saat Melayani Pelanggan	79
Tabel 4.16	Tanggapan Responden Mengenai Petugas Kereta Tidak Istirahat Saat Melayani Pelanggan	81
Tabel 4.17	Hasil Rekapitulasi Tanggapan Responden Berdasarkan Variabel Pelayanan Prima (X_1)	82
Tabel 4.18	Tanggapan Responden Mengenai Kelengkapan Fasilitas Kereta Api Kuala Stabas	85
Tabel 4.19	Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Fasilitas kereta Api Kuala Stabas	87
Tabel 4.20	Hasil Rekapitulasi Tanggapan Responden Berdasarkan Variabel Fasilitas (X_2)	88
Tabel 4.21	Tanggapan Responden Mengenai Merasa Puas Atas Pelayanan Kereta Api Kuala Stabas	90
Tabel 4.22	Tanggapan Responden Mengenai Kelengkapan dan Kualitas Kereta Api Kuala Stabas Sesuai Harapan	92
Tabel 4.23	Tanggapan Responden Mengenai Kereta Api Kuala Stabas Memberikan Kenyamanan	93
Tabel 4.24	Tanggapan Responden Mengenai Harga Tiket Terjangkau	94
Tabel 4.25	Tanggapan Responden Mengenai Kembali Melakukan Perjalanan Menggunakan Kereta Api Kuala Stabas	95
Tabel 4.26	Tanggapan Responden Mengenai Merekomendasikan Kereta Api Kuala Stabas Dengan Orang Lain	97
Tabel 4.27	Hasil Rekapitulasi Tanggapan Responden Berdasarkan Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)	98
Tabel 4.28	Uji Normalitas Dengan Menggunakan <i>Kolmogorof-Smirnov</i>	101
Tabel 4.29	Uji Multikolinearitas	103
Tabel 4.30	Analisis Regresi Linier Berganda	105
Tabel 4.31	Hasil Uji T	106
Tabel 4.33	Hasil Uji F	108
Tabel 4.24	Hasil Uji R^2	109
Tabel 4.35	Hasil Sumbang Efektif	109

Tabel 4.35 Hasil Sumbang Efektif	110
--	-----

DAFTAR RUMUS

Rumus	Halaman
3.1 Rumus Slovin	40
3.2 Rumus Uji Validitas	46
3.3 Rumus Uji Reabilitas	47
3.4 Rumus Uji Regresi Linear Berganda	50
3.5 Rumus Uji Parsial (Uji T)	52
3.6 Rumus Uji Simultan (Uji F)	54
3.7 Uji Koefisien Determinan (R^2)	55
4.1 Rumus Persamaan Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	103
4.2 Rumus Sumbang Efektif	108

I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Meningkatnya laju arus urbanisasi mengakibatkan perkembangan kota semakin kompleks. Kebutuhan jaringan transportasi untuk menampung pergerakan warga kotanya pun semakin meningkat pula. Hal itu juga didorong oleh meningkatnya aktivitas ekonomi dan mobilitas penduduk yang kurang terlayani oleh angkutan umum yang memadai. Disamping itu terdapat pula peningkatan harga tanah di pusat kota dan pinggiran kota yang meningkatkan kebutuhan transportasi, bagi masyarakat yang tinggal di pinggir kota. Warga masyarakat kota tinggal semakin jauh dari tempat kerjanya, pertumbuhan penduduk selalu menunjukkan peningkatan dari tahun ke tahun sehingga transportasi merupakan kebutuhan yang sangat vital (Al Hamid, 2021).

Transportasi merupakan salah satu infrastruktur wilayah yang sangat penting untuk diperhatikan dalam penyediaan dan perencanaannya. Sarana dan prasarana transportasi merupakan alat akses ke lokasi dimana tata guna lahan dapat berubah karenanya. Oleh karena itu, transportasi memegang peranan yang cukup menentukan di daerah kabupaten atau perkotaan. Daerah yang baik dapat ditandai dengan melihat kondisi pengangkutannya. Transportasi yang aman dan lancar, selain mencerminkan keteraturan kota, juga mencerminkan kelancaran kegiatan perekonomian suatu daerah (Dian Harianto, 2013) dalam (Al Hamid, 2021).

Dalam memenuhi kebutuhan transportasi, pelanggan cenderung akan memilih jasa transportasi yang cepat, aman, nyaman dan terjangkau dengan mempertimbangkan harga dan kualitas yang ditawarkan oleh jasa transportasi tersebut (Al Hamid, 2021). Dari beberapa jasa transportasi yang ada, PT Kereta Api Indonesia (PT KAI) merupakan salah satu jasa transportasi yang banyak diminati oleh pelanggan. Kereta api merupakan alat transportasi yang dinilai masyarakat efektif, efisien,

menghemat tenaga dan terhindar dari kemacetan, tidak heran jika Kereta Api selalu padat setiap harinya.

Kereta Api Kuala Stabas adalah layanan kereta api penumpang kelas ekonomi premium yang dioperasikan PT Kereta Api Indonesia (Persero) milik Divre IV Tanjung Karang di Pulau Sumatera dengan relasi Tanjung Karang–Baturaja pulang pergi (pp) (*Kereta api Kuala Stabas - Wikiwand*). Kereta Api Kuala Stabas banyak digunakan oleh penumpang kelas bawah dan beberapa penumpang kelas menengah, mereka menggunakan Kereta Api Kuala Stabas dengan berbagai alasan, misalkan transportasi yang cepat, aman, nyaman dan terjangkau.

Tabel 1.1 Rute Kereta Api Kuala Stabas

Kereta Api Kuala Stabas		
Pukul	Jenis	Tujuan
06.30	KA Kuala Stabas (S5)	Baturaja – Tanjung Karang
06.30	KA Kuala Stabas (S6)	Tanjung Karang – Baturaja
14.00	KA Kuala Stabas (S7)	Baturaja – Tanjung Karang
13.30	KA Kuala Stabas (S8)	Tanjung Karang – Baturaja

Sumber : Data PT KAI (2024)

Dari tabel rute perjalanan di atas, penumpang kereta api Kuala Stabas terbagi dalam beberapa komunitas menjadi empat bagian. Pertama adalah pelanggan harian atau pelajar yang berprofesi sebagai dosen, dokter, pegawai pemerintah atau pegawai swasta. Kedua, adalah para mahasiswa D3, S1 dan S2 yang melaju setiap hari atau kadang-kadang sepekan sekali. Ketiga adalah penumpang yang betul-betul baru, mereka mengisi liburan bersama keluarga sekaligus ingin menikmati perjalanan menggunakan kereta api Kuala Stabas. Keempat, adalah rombongan wisata dadakan dengan tujuan Tanjung Karang atau Baturaja, rombongan wisata siswa pelajar dari beberapa kabupaten (Sri Rumani, 2018) dalam. (Al Hamid, 2021).

Tabel 1.2 Jumlah Penumpang Kereta Api Kuala Stabas

Kereta Api Kuala Stabas					
Tahun	S5	S6	S7	S8	Jumlah
2021	52.588	49.177	58.641	61.182	221.588
2022	106.527	101.097	116.889	121.025	445.538
2023	147.961	148.609	146.817	147.484	590.871

Sumber : Data PT KAI (2024)

Pada tahun 2023 jumlah penumpang yang dihasilkan oleh Kereta Api Kuala Stabas yaitu 590.871, harga yang terjangkau membuat masyarakat lebih cenderung memilih jasa transportasi Kereta Api daripada jasa transportasi lainnya. Selain harga yang terjangkau, masyarakat juga terhindar dari kemacetan. Meskipun PT KAI merupakan perusahaan monopoli yang tidak ada pesaing yang sama, namun mengingat visi PT KAI yang berbunyi “menjadi penyedia jasa perkeretaapian terbaik yang fokus pada pelayanan dan memenuhi harapan pelanggan”. Dengan demikian, apabila visi dan misi sudah tercapai yang diharapkan, maka kepuasan pelanggan Kereta Api Kuala Stabas semakin meningkat (Al Hamid, 2021).

Menurut Tjiptono dan Anastasia (2022), kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapannya. Jadi, tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan tergantung kepada kesesuaian yang ada dibenak pelanggan dengan kinerja yang mereka terima, apabila kinerja yang dirasakan tidak sesuai dengan harapan pelanggan maka pelanggan akan kecewa. Sebaliknya, apabila kinerja sesuai dengan harapan pelanggan maka pelanggan akan merasa puas (Tjiptono, 2014) dalam Ramadhini (2022).

Berdasarkan hasil survei awal peneliti bahwa masih ada beberapa kekurangan dalam pelayanan prima kepada penumpang, sehingga banyak keluhan yang dialami oleh penumpang kereta api Kuala Stabas, seperti: terlambatnya waktu keberangkatan dan tibanya kereta di stasiun, tidak ada informasi jika kereta api akan datang terlambat di stasiun dan satpamnya kurang ramah. Seperti diketahui bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah

membandingkan antara persepsi terhadap kinerja atau hasil suatu jasa dengan harapan-harapannya Kotler et al (2016) dalam (Ramadhini, 2022).

Menurut Meithiana (2019), faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan atau penumpang adalah kualitas produk, kualitas pelayanan, faktor emosional harga dan biaya. Sedangkan Irawan dalam (Al Hamid, 2021), menyebutkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan antara lain kualitas produk termasuk didalamnya fasilitas, harga, kualitas jasa, *emotional factor* dan biaya. Pelayanan prima adalah memberikan pelayanan yang terbaik, menimbulkan kepercayaan dan kepuasan terhadap pelanggan dan untuk menjaga agar pelanggan merasa dipentingkan dan diperhatikan segala kebutuhannya Suminar et al (2017) dalam (Riyan & Tauer, 2020).

Menurut (Ritonga, 2020:176), pelayanan prima merupakan suatu pola layanan terbaik dalam manajemen modern dengan konsep utama kepedulian terhadap pelanggan. Definisi pelayanan prima (*service excellence*) menurut Barata (2003) dalam (Irawan, 2016), yaitu kepedulian kepada pelanggan dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan dan mewujudkan kepuasannya, agar mereka selalu loyal kepada pelanggan terdiri dari 6 unsur pokok, antara lain sikap, perhatian, tindakan, kemampuan, penampilan dan tanggung jawab.

Selain kualitas pelayanan prima, fasilitas juga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hasil survei awal peneliti terhadap fasilitas di Kereta Api Kuala Stabas ditemukan permasalahan antara lain kurang bersihnya toilet yang ada di dalam kereta api Kuala Stabas, pengharum ruangan jarang disemprotkan, pendingin udara antar gerbong tidak sama dinginnya dan tempat duduk paling belakang telah menggunakan kaca panorama *dupleks* dengan lapisan laminasi isolator panas akan tetapi pelanggan masih terkena paparan sinar matahari. Menurut Tjiptono (2013) dalam (Hidayat, 2022), fasilitas adalah kebutuhan dan harapan pelanggan, baik yang bersifat fisik maupun psikologis untuk memberikan kenyamanan. Fasilitas dalam Kereta Api dapat berupa kelayakan gerbong kereta, kebersihan gerbong kereta, kelayakan tempat duduk dan kelayakan toilet dalam kereta maupun di Stasiun.

Pada saat ini masyarakat sebagai konsumen akan semakin peduli terhadap kualitas jasa atau kualitas pelayanan yang ditawarkan. Kualitas barang dan jasa yang baik serta fasilitas yang memadai akan semakin lengkap bila ditambah dengan memberikan pelayanan secara prima kepada pelanggan. Kualitas pelayanan juga harus dihubungkan dengan harapan dan keinginan pelanggan terhadap produk yang ditawarkan perusahaan. Jadi unit pelayanan perusahaan seharusnya memiliki kemampuan untuk mengetahui apa yang menjadi keinginan pelanggan, sehingga dapat menjadi masukan bagi perusahaan untuk memperbaiki kualitas produk karena pelangganlah yang berhak untuk menilai kualitas suatu produk dengan membandingkan apa yang mereka rasakan (Valentino, 2013).

Untuk mencapai suatu pelayanan yang prima pihak perusahaan haruslah memiliki keterampilan tertentu, diantaranya berpenampilan baik dan rapi, bersikap ramah, memperlihatkan gairah kerja dan sikap selalu siap untuk melayani, tenang dalam bekerja, tidak tinggi hati karena merasa dibutuhkan, menguasai pekerjaannya baik tugas yang berkaitan pada bagian atau departemennya maupun bagian lainnya, mampu berkomunikasi dengan baik, mampu mengerti dan memahami bahasa isyarat (*gesture*) pelanggan serta memiliki kemampuan menangani keluhan pelanggan secara profesional Barata (2003) dalam Irawan (2016). Serta fasilitas dalam kereta api dapat berupa kelayakan gerbong kereta, kebersihan gerbong kereta, kelayakan tempat duduk dan kelayakan toilet dalam kereta maupun di stasiun Tjiptono (2013) dalam (Hidayat, 2022).

Berdasarkan hasil penelitian (Irawan, 2016), tentang Pengaruh Pelayanan Prima (*Service Excellence*) Terhadap Kepuasan Pelanggan di Smesco Mart Al-Hakim Kota Malang. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa sikap, perhatian, tindakan, kemampuan, penampilan dan tanggung jawab memiliki pengaruh yang signifikan secara simultan atau serentak terhadap variabel kepuasan pelanggan dan sikap, perhatian, tindakan, kemampuan, penampilan dan tanggung jawab hanya empat yang memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap variabel kepuasan pelanggan.

Kemudian hasil peneliti (Silvia, 2018), tentang Pelayanan Prima dan Kepuasan Pelanggan Kantor Pelayanan Perbendaharaan Negara (KKPN) Makassar II. Penelitian tersebut dilihat dari 6 indikator yaitu kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan, dan tanggung jawab dikategorikan baik. Berdasarkan tingkat pencapaian tersebut, dapat disimpulkan bahwa Kantor Pelayanan Perbendaharaan Negara (KPPN) Makassar II mampu memberikan pelayanan yang berkualitas kepada *Satker*. Tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan prima berada pada kategori baik yang artinya telah sesuai dengan keinginan pelanggan.

Peneliti (Arisandi, 2018), tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Penumpang Pada PT Kereta Api Indonesia (persero) Medan. Peneliti tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh dan memiliki hubungan yang positif terhadap kepuasan penumpang, kesimpulannya: ada pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan (X_1) terhadap kepuasan penumpang (Y). Sedangkan fasilitas berpengaruh dan memiliki hubungan yang positif terhadap kepuasan penumpang. Dengan demikian maka hubungan antara fasilitas dengan kepuasan penumpang adalah jika semakin baik fasilitas yang dirasakan oleh penumpang pada PT Kereta Api Indonesia (Persero) Medan maka semakin rendah pula.

Peneliti (Hidayat, 2022), tentang Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Kereta Api Pasundan di PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 8 Surabaya. Fasilitas (X_1) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hasil pengujian hipotesis pertama mengenai pengaruh fasilitas (X_1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) terdapat pengaruh positif dan signifikan. Bahwa kesimpulan yang didapatkan tingkat kepuasan konsumen dilihat dari bagaimana tempat duduk yang nyaman, alat bantu dalam keadaan darurat dan penerangan di dalam kereta yang berfungsi dengan baik. Dari semakin bagus tingkat fasilitas yang ada tersebut agar bisa menarik minat menggunakan jasa transportasi kereta.

Oleh karena itu penelitian ini akan mengukur kepuasan pelanggan dengan konsep pelayanan prima dan fasilitas yang dimana penerapan tersebut akan menjadi budaya bagi seluruh karyawan yang menangani secara langsung kepada berbagai pelanggan maka penulis mencoba membahas masalah yang ada untuk disajikan dalam bentuk skripsi dengan judul **“Pengaruh Penerapan Pelayanan Prima Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan PT Kereta Api Indonesia (Studi Pada Penumpang Kereta Api Kuala Stabas Bandar Lampung)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan yang dapat dirumuskan dari peneliti adalah:

1. Apakah penerapan pelayanan prima berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Kereta Api Kuala Stabas Bandar Lampung?
2. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Kereta Api Kuala Stabas Bandar Lampung?
3. Apakah penerapan pelayanan prima dan fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Kereta Api Kuala Stabas Bandar Lampung?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini dapat dirumuskan peneliti sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh penerapan pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan Kereta Api Kuala Stabas Bandar Lampung?
2. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan Kereta Api Kuala Stabas Bandar Lampung?
3. Untuk mengetahui pengaruh penerapan pelayanan prima dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan Kereta Api Kuala Stabas Bandar Lampung?

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang akan dicapai, penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat secara teoritis dan praktis yaitu sebagai berikut:

1. Kegunaan Praktis
 - a. Bagi Peneliti

Untuk memenuhi salah satu syarat penyelesaian program sarjana dan merupakan wadah untuk menerapkan dan mengembangkan ilmu yang diperoleh selama masa perkuliahan, serta meningkatkan pemahaman dan pengetahuan terkait penerapan pelayanan prima dan fasilitas dengan menerapkan ilmu yang diperoleh. Menambah informasi dan menyajikan ide-ide yang dapat dijadikan referensi dan bahan pembelajaran untuk penelitian selanjutnya.
 - b. Bagi PT Kereta Api Indonesia

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan kepada para karyawan PT Kereta Api Indonesia serta dapat dijadikan bahan pengambilan keputusan dalam mempertimbangkan suatu penyelesaian permasalahan yang ada.
 - c. Manfaat bagi pihak lain

Menjadi bahan referensi bagi rekan-rekan yang membutuhkan untuk penelitian selanjutnya mengenai subjek dan topik skripsi yang sama.
2. Kegunaan Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca untuk menambah pengetahuan, pemahaman dan pengalaman yang dipertimbangkan dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan.

II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pelayanan Prima

2.1.1 Pengertian Pelayanan Prima

Menurut (Ritonga, 2020:176), pelayanan prima merupakan suatu pola layanan terbaik dalam manajemen modern dengan konsep utama kepedulian terhadap pelanggan. Di dalam dunia bisnis pelayanan prima dikenal dengan *service excellence*. Sederhananya, pelayanan prima (*service excellence*) adalah pelayanan yang memenuhi standar kualitas yang sesuai dengan kepuasan dan harapan pelanggan. Terdapat dua elemen penting dalam pelayanan prima yang saling berhubungan yakni pelayanan dan kualitas. Kualitas pelayanan prima memiliki berbagai definisi yang disampaikan oleh beberapa ahli, tetapi dari beberapa definisi yang dikemukakan, terdapat beberapa kesamaan, antara lain (Ritonga, 2020:177):

1. Kualitas merupakan usaha untuk memenuhi harapan pelanggan.
2. Kualitas merupakan kondisi mutu yang setiap saat mengalami perubahan.
3. Kualitas mencakup produk, proses, barang, jasa, manusia dan lingkungan.
4. Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berkaitan dengan produk, proses, barang, jasa, manusia dan lingkungan yang memenuhi harapan.

Sesuai pendapat Vincent Gaspersz, profesor bidang teknik sistem dan manajemen industri, kualitas pelayanan prima mempunyai dimensi-dimensi berikut ini (Ritonga, 2020:178):

1. Kecepatan waktu pelayanan.
2. Akurasi atau ketepatan pelayanan.
3. Kesopanan dan keramahan pelaku usaha.
4. Tanggung jawab dalam menangani komplain pelanggan.
5. Jumlah petugas yang melayani dan fasilitas pendukung lainnya.

6. Kualitas pelayanan yang berhubungan dengan ketersediaan informasi, lokasi pelayanan dan petunjuk atau panduan lainnya.
7. Kualitas pelayanan yang berhubungan dengan kenyamanan, fasilitas, teknologi dan lain-lain.
8. Sebagai perbandingan, berikut adalah definisi pelayanan prima (*service excellence*) yang diungkapkan oleh para pelaku usaha:
 - a. Membuat pelanggan merasa penting.
 - b. Melayani dengan ramah, tepat dan cepat.
 - c. Pelayanan yang mengutamakan kepuasan pelanggan.
 - d. Menempatkan pelanggan sebagai mitra Pelayanan Kepada Pelanggan.
 - e. Pelayanan optimal yang menghasilkan kepuasan pelanggan.

Berikut contoh definisi pelayanan prima (*service excellence*) pada beberapa bidang usaha, untuk lebih jelasnya (Ritonga, 2020:179):

1. Di bidang usaha transportasi jasa: pengertian pelayanan prima bagi pengusaha yakni memberi kepuasan optimal pada penumpang dengan memberikan fasilitas yang nyaman, murah, aman dan cepat.
2. Di bidang manufaktur: definisi pelayanan prima bagi pengusaha ini adalah program pelayanan yang menjamin kualitas produk yang ditawarkan sehingga pelanggannya merasa puas.
3. Di bidang *delivery*: bagi pengusaha pengertian pelayanan prima dengan memberi pelayanan pengiriman yang cepat dan tepat waktu, adanya jaminan keamanan kiriman sampai ke tempat yang dituju.
4. Di bidang kuliner: bagi pengusaha ini pengertian pelayanan prima yakni menjaga mutu dan kesegaran dari bahan makanan yang dipakai, penyajian tepat waktu, dengan kualitas rasa yang memuaskan pelanggannya.

Menurut Frimayasa & Administrasi (2017), pelayanan prima adalah pelayanan yang terbaik yang diberikan kepada pelanggan, baik pelanggan *internal* maupun *eksternal* berdasarkan standar dan prosedur pelayanan. Pelayanan yang baik merupakan kemampuan maksimal seseorang dalam berhubungan dengan orang lain dalam hal pelayanan.

Beberapa anggapan tentang definisi *service excellence*, seperti : layanan yang sangat memahami kebutuhan pelanggan ada juga yang berpendapat *service excellence* memberikan kepuasan yang lebih dari pada yang diharapkan oleh pelanggan, sehingga dapat menenangkan hatinya. Ada juga yang memandang dari sisi *emotional* seperti ketika pelanggan merasa sangat diperhatikan misalnya dengan menyebutkan salah satu kesukaan atau hobi yang akan sangat berkesan bagi seseorang (Falih, 2013).

Menurut Daryanto (2014) dalam (Ryan & Tauer, 2020), fungsi pelayanan prima yaitu:

1. Melayani pelanggan dengan ramah.
2. Pelanggan merasa dipentingkan.
3. Menciptakan pangsa pasar yang baik.
4. Memenangkan persaingan pasar.
5. Memuaskan pelanggan.
6. Memberikan keuntungan pada perusahaan.

Berdasarkan beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa pelayanan prima adalah sebuah kepedulian kepada pelanggan dengan memberikan layanan yang terbaik untuk memfasilitasi kemudahan, dalam pemenuhan kebutuhan untuk mewujudkan kepuasannya agar mereka selalu loyal. Peneliti juga menggunakan fungsi pelayanan menurut Daryanto (2014) dalam (Ryan & Tauer, 2020), yaitu melayani pelanggan dengan ramah, pelanggan merasa dipentingkan, menciptakan pangsa pasar yang baik, memenangkan persaingan pasar, memuaskan pelanggan dan memberikan keuntungan pada perusahaan.

2.1.2 Tujuan Pelayanan Prima

Menurut Ritonga (2020:183), tujuan pelayanan prima adalah memberikan pelayanan yang dapat memenuhi dan memuaskan pelanggan atau masyarakat serta memberikan fokus pelayanan kepada pelanggan. Pelayanan prima akan bermanfaat bagi upaya peningkatan kualitas pelayanan kepada pelanggan dan sebagai acuan pengembangan penyusunan standar pelayanan. Penyedia layanan, pelanggan atau

stakeholder dalam kegiatan pelayanan akan memiliki acuan tentang bentuk, alasan, waktu, tempat dan proses pelayanan yang seharusnya.

Menurut Daryanto et al (2014) dalam (Ryan & Tauer, 2020), tujuan pelayanan prima adalah memberikan pelayanan yang dapat memenuhi dan memuaskan pelanggan atau masyarakat serta memberikan fokus pelayanan kepada pelanggan. Menurut Suminar et al (2017) dalam (Ryan & Tauer, 2020), tujuan dari pelayanan prima adalah untuk menimbulkan kepercayaan dan kepuasan kepada pelanggan dan untuk menjaga agar pelanggan merasa dipentingkan dan diperhatikan segala kebutuhannya.

Sedangkan menurut Suminar et al (2017) dalam (Ryan & Tauer, 2020), tujuan pelayanan prima adalah:

1. Untuk memberikan pelayanan yang bermutu tinggi kepada pelanggan.
2. Untuk menimbulkan keputusan dari pihak pelanggan agar segera membeli barang atau jasa yang ditawarkan pada saat itu juga.
3. Untuk membutuhkan kepercayaan pelanggan terhadap pelanggan terhadap barang atau jasa yang ditawarkan.
4. Untuk menghindari terjadinya tuntutan-tuntutan yang tidak perlu di kemudian hari terhadap produsen.
5. Untuk menciptakan kepercayaan dan kepuasan kepada pelanggan.
6. Untuk menjaga agar pelanggan merasa diperhatikan segala kebutuhannya.

Menurut Suminar et al (2017) dalam (Ryan & Tauer, 2020), Pelayanan Prima dilaksanakan dari 2 sektor, yaitu:

1. Sektor Publik, pada sektor publik didasarkan pada aksioma bahwa “pelayanan adalah pemberdayaan” yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat secara sangat baik atau terbaik.
2. Sektor Bisnis, pada sektor bisnis atau swasta pelayanan bertujuan atau berorientasi pada profit atau keuntungan.

Berdasarkan uraian diatas peneliti menggunakan tujuan pelayanan prima dari beberapa ahli salah satunya yaitu menurut Suminar et al (2017) dalam (Ryan & Tauer, 2020), untuk memberikan pelayanan yang bermutu tinggi kepada pelanggan. Untuk menimbulkan keputusan dari pihak pelanggan agar segera membeli barang atau jasa yang ditawarkan pada saat itu juga. Untuk membutuhkan kepercayaan pelanggan terhadap barang atau jasa yang ditawarkan. Untuk menciptakan kepercayaan dan kepuasan kepada pelanggan. Untuk menjaga agar pelanggan merasa diperhatikan segala kebutuhannya.

2.1.3 Manfaat Pelayanan Prima

Manfaat pelayanan prima menurut Mukarom & Wijaya (2018), pelayanan prima bermanfaat bagi upaya peningkatan kualitas pelayanan perusahaan kepada masyarakat sebagai pengunjung dan sebagai acuan pengembangan penyusunan standar pelayanan. Dengan pelayanan prima, penyedia layanan, pelanggan dan pengunjung dalam kegiatan pelayanan akan memiliki acuan tentang bentuk, alasan, waktu, tempat dan proses pelayanan yang seharusnya. Disamping itu, manfaat pelayanan prima adalah:

1. Upaya peningkatan kualitas pelayanan kepada pelanggan.
2. Acuan untuk pengembangan penyusunan standar pelayanan.
3. Acuan untuk pelayan, pengunjung dalam kegiatan pelayanan.

Menurut Frimayasa & Administrasi (2017), manfaat pelayanan prima adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan hubungan klien dan pelayanan.
2. Mempromosikan inovasi dan kreativitas dalam memberikan pelayanan.
3. Menghargai karyawan yang memberikan pelayanan prima.
4. Tingkat kepercayaan dalam pelayanan lebih tinggi.
5. Pelayanan prima yang diberikan dapat selalu dikenang atau dipikirkan oleh para pelanggan.

Menurut Firmansyah (2016) dalam (Ryan & Tauer, 2020), manfaat pelayanan prima adalah sebagai berikut:

1. Bagi masyarakat: pelayanan prima memberikan kepercayaan dan kepuasan terhadap pelanggan.
2. Bagi pegawai swasta: pelayanan prima dapat memuaskan perasaan pribadi dengan melayani sepenuh hati tidak mengecewakan.
3. Bagi pegawai swasta: pelayanan prima dapat menciptakan kesejahteraan rakyat sehingga terjalin kerjasama dan partisipasi seluruh komponen bangsa untuk mewujudkan pembangunan bangsa dan Negara.
4. Bagi organisasi: pelayanan prima dapat menambah kepercayaan dan nilai kredibilitas individu yang ada dalam organisasi tersebut dan menjadi harapan setiap orang, pelanggan atau masyarakat untuk berurusan dengan organisasi yang mampu memberikan pelayanan prima.

Menurut Freddy (2017), manfaat pelayanan prima adalah sebagai berikut:

1. Upaya peningkatan kualitas pelayanan pemerintah kepada pelanggan.
2. Acuan untuk pengembangan penyusunan standar pelayanan.
3. Acuan untuk pelayanan pelanggan dalam kegiatan pelayanan (*why, when, whom, where and how* pelayanan mesti dilakukan).

Berdasarkan dengan uraian diatas banyak sekali manfaat pelayanan prima menurut para ahli, peneliti menggunakan salah satunya yaitu menurut Mukarom & Wijaya (2018), pelayanan prima bermanfaat bagi upaya peningkatan kualitas pelayanan perusahaan kepada masyarakat sebagai pengunjung dan sebagai acuan pengembangan penyusunan standar pelayanan. Dengan pelayanan prima, penyedia layanan, pelanggan dan pengunjung dalam kegiatan pelayanan akan memiliki acuan tentang bentuk, alasan, waktu, tempat dan proses pelayanan yang seharusnya.

2.1.4 Indikator Pelayanan Prima

Menurut Ritonga (2020:179), Konsep *excellent service* sendiri didasari dengan indikator 6A atau *Attitude, Attention, Action, Ability, Appearance, Accountability*. Oleh karena itu, pelayanan prima haruslah menjadi budaya bagi seluruh karyawan yang melayani secara langsung kepada berbagai pelanggan. Untuk menjadikan pelayanan prima menjadi budaya maka dapat dilakukan teknik berikut:

1. Sikap atau *Attitude*

Sikap yang harus dilakukan karyawan pada suatu perusahaan harus mencerminkan perusahaan itu sendiri. Karena para karyawan yang melayani pelanggan akan mencerminkan citra perusahaan. Para pelanggan akan memberikan kesan pertama saat berhubungan langsung dengan orang yang terlibat dalam perusahaan tersebut salah satunya yaitu karyawannya yang memberikan pelayanan. Kesuksesan suatu perusahaan akan sangat tergantung pada orang-orang yang terlibat dalam menjalankan perusahaan tersebut. Beberapa sikap yang diharapkan seperti sikap yang memiliki rasa bangga terhadap pekerjaan yang dilakukan, mengabdikan kepada pekerjaan yang dilakukan, selalu menjaga citra baik perusahaan dan lain-lain.

Karyawan harus selalu bersikap ramah, perhatian, sopan, berpikir positif dan selalu berusaha untuk membuat pelanggan nyaman. Karena hal pertama yang pelanggan lihat saat memasuki perusahaan adalah *attitude* dari karyawan yang melayaninya. Oleh karena itu, *attitude* atau sikap merupakan penilaian terdepan dari penerapan *excellent service*. Karyawan dapat menyapa dengan ramah, menggunakan bahasa yang mudah dimengerti, atau bahkan sekedar “berbasa-basi” untuk memberikan kenyamanan kepada pelanggan.

2. Perhatian atau *Attention*

Perhatian (*Attention*) adalah kepedulian penuh kepada pelanggan, baik yang berkaitan dengan perhatian akan kebutuhan dan keinginan pelanggan maupun pemahaman atas saran dan kritiknya, yang meliputi mendengarkan dan memahami secara sungguh-sungguh kebutuhan para pelanggan, mengamati dan menghargai perilaku para pelanggan dan mencurahkan perhatian penuh kepada pelanggan. Bukan hanya karyawan harus bersikap responsif dan reaktif terhadap kebutuhan

pelanggan, karyawan juga dituntut untuk memperhatikan dan mencermati apa yang diinginkan oleh pelanggan.

Saat melakukan pelayanan kepada pelanggan, maka perlu memperhatikan dan mencermati keinginan pelanggannya. Jika pelanggan sudah menunjukkan niat untuk membeli suatu barang atau jasa yang telah ditawarkan maka segera layani dan tawarkan bantuan yang diperlukan sehingga pelanggan merasa diperhatikan dan keinginannya dapat terpenuhi. Beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam konsep ini seperti mengucapkan salam saat memulai pembicaraan, bertanya apa saja yang diinginkan pelanggan, memahami keinginan pelanggan, melakukan pelayanan dengan ramah, tepat dan cepat serta harus menempatkan kepentingan pelanggan menjadi yang paling utama, karena pelanggan adalah raja.

3. Tindakan atau *Action*

Tindakan (*Action*) adalah berbagai kegiatan nyata yang harus dilakukan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan, yang meliputi mencatat setiap pesanan para pelanggan, mencatat kebutuhan para pelanggan, menegaskan kembali kebutuhan para pelanggan, mewujudkan kebutuhan para pelanggan dan menyatakan terima kasih dengan harapan pelanggan mau kembali. Karyawan melakukan tindakan nyata untuk memastikan apa yang menjadi kebutuhan dari pelanggan apabila kurang yakin maka dapat mengkonfirmasi kembali dengan sopan.

Dalam konsep tindakan, jika pelanggan sudah menunjukkan minat untuk membeli produk, maka segera layani pelanggan tersebut dan tawarkan bantuan yang mungkin dia butuhkan supaya pelanggan merasa puas terhadap pelayanan tersebut. Beberapa bentuk pelayanan pada konsep ini misalnya seperti mencatat pesanan yang diinginkan pelanggan, menegaskan atau mengecek kembali yang di pesan pelanggan, menyelesaikan transaksi pesanan pelanggan dan biasanya jika sudah melayani mengucapkan terimakasih kepada pelanggan.

4. Kemampuan atau *Ability*

Kemampuan (*Ability*) adalah pengetahuan dan keterampilan tertentu yang mutlak diperlukan untuk menunjang program pelayanan prima, yang meliputi kemampuan dalam bidang kerja ditekuni, melaksanakan komunikasi yang efektif, mengembangkan motivasi dan mengembangkan *public relation* sebagai *instrument* dalam membina hubungan kedalam dan keluar organisasi atau perusahaan. Di tengah perjalanan Bangsa Indonesia menuju Industri 4.0 terdapat tuntutan untuk pelayanan prima yang masih menganut era Industri 3.0 menjadi 4.0.

Terhadap perkembangan zaman ini, tiap karyawan dituntut untuk dapat mengasah dan mengembangkan pemahamannya dari sisi teknologi sampai pada pemecahan masalah. Kemampuan dalam pelayanan prima mencakup sejumlah faktor dan keterampilan yang harus dimiliki oleh organisasi atau individu untuk memberikan layanan yang berkualitas tinggi dan memuaskan kepada pelanggan. Berikut adalah konsep kemampuan dalam pelayanan prima:

1. Kemampuan Komunikasi:

Kemampuan untuk berkomunikasi dengan jelas dan efektif sangat penting dalam pelayanan prima. Ini mencakup kemampuan mendengarkan dengan baik, mengartikulasikan informasi dengan jelas dan berkomunikasi secara ramah dan profesional.

5. Penampilan atau *Appearance*

Penampilan sangat diperlukan untuk melakukan pelayanan prima kepada para pelanggan, karena dengan penampilan yang baik dapat meyakinkan pelanggan saat memberikan pelayanan. Misalnya sebagai *resepsionis* maka harus memiliki tutur kata yang baik, berpenampilan yang menarik, memiliki tubuh yang proporsional dan lain-lain. Penampilan karyawan baik secara fisik maupun non fisik dapat merefleksikan *kredibilitas* institusi di mana karyawan tersebut bekerja, oleh karena itu sangat penting untuk selalu menjaga penampilan.

Adanya SOP seragam dan atribut bagi karyawan sangat membantu untuk hal ini. Penampilan karyawan memainkan peran yang penting dalam memberikan

pelayanan prima, berikut adalah beberapa aspek penampilan karyawan yang relevan dalam konteks pelayanan prima:

1. Pakaian Rapi dan Sesuai:

Karyawan seharusnya mengenakan pakaian yang rapi dan sesuai dengan standar perusahaan atau industri. Penampilan pakaian yang profesional dapat menciptakan kesan positif pertama bagi pelanggan.

2. Kebersihan Pribadi:

Kebersihan pribadi karyawan adalah aspek penting dari penampilan. Rambut yang rapi, kuku yang bersih dan penampilan yang terawat memberikan kesan *professionalisme*.

6. Tanggung Jawab atau *Accountability*

Tanggung jawab merupakan salah satu komponen penting dalam Pelayanan Prima, dengan karyawan menunjukkan sikap keberpihakan kepada pelanggan sebagai bentuk rasa empati dan kepedulian. Dengan memberikan pelayanan yang berpihak pada pelanggan dengan sepenuh hati, maka dapat meminimalkan terjadinya ketidakpuasan pada pelanggan. Tanggung jawab karyawan dalam pelayanan prima untuk mencapai kepuasan pelanggan melibatkan serangkaian tindakan dan perilaku yang bertujuan untuk memberikan pengalaman yang positif dan memenuhi harapan pelanggan.

Berikut adalah beberapa tanggung jawab karyawan dalam konteks pelayanan prima untuk mencapai kepuasan pelanggan:

1. Ketepatan Waktu

Tanggung jawab memberikan kepercayaan kepada pelanggan dan menjamin pengalaman perjalanan yang lancar dan efisien. Dengan menjaga ketepatan waktu, petugas tidak hanya memenuhi harapan pelanggan, tetapi juga menciptakan reputasi positif untuk perusahaan dan meningkatkan kepuasan pelanggan secara keseluruhan.

2. Tidak istirahat dalam melayani

Sebagai bagian dari pelayanan prima, tanggung jawab karyawan termasuk kesiapan untuk melayani pelanggan tanpa henti. Ini mencakup kesiapan untuk

bekerja tanpa istirahat saat diperlukan untuk memastikan kebutuhan pelanggan terpenuhi dengan baik. Dengan melayani tanpa henti, karyawan menunjukkan komitmen mereka untuk memberikan pelayanan terbaik yang membedakan perusahaan dari yang lain.

3. Memberikan kemudahan prosedur pelayanan

Sebagai bagian dari pelayanan prima, tanggung jawab karyawan adalah memberikan kemudahan dalam prosedur pelayanan kepada pelanggan. Ini berarti memastikan bahwa proses pelayanan berjalan dengan lancar dan efisien, tanpa hambatan yang tidak perlu. Dengan menyediakan prosedur yang mudah dipahami dan diikuti oleh pelanggan, karyawan membantu menciptakan pengalaman yang menyenangkan dan memperkuat hubungan antara perusahaan dan pelanggan.

Berdasarkan uraian diatas peneliti menggunakan konsep pelayanan prima dengan menggunakan konsep 6A. Oleh karena itu, Pelayanan Prima haruslah menjadi budaya bagi seluruh karyawan yang melayani secara langsung kepada berbagai pelanggan. Untuk menjadikan pelayanan prima menjadi budaya maka dapat dilakukan teknik 6A atau sikap, perhatian, tindakan, kemampuan, penampilan dan tanggung jawab.

2.1.5 Macam-Macam Pelayanan Prima

Pelayanan prima bagi pelanggan dibedakan menjadi 2 macam yaitu pelayanan pelanggan internal dan pelanggan eksternal, menurut Kristiana (2020) dalam Agus (2021):

1. Pelayanan bagi pelanggan *internal*

Pelanggan *internal* adalah orang-orang yang terlibat dalam proses produksi barang dan atau jasa yang dihasilkan perusahaan. Mereka semuanya harus mampu mengembangkan budaya pelayanan prima di lingkungan *internal*. Mereka harus saling memberi fasilitas, baik kepada semua karyawan, bawahan, maupun atasan, dengan tujuan untuk mendukung kelancaran proses produksi barang dan atau pembentukan jasa sehingga dapat menunjang kelangsungan perusahaan dalam rangka mewujudkan pelayanan prima bagi pelanggan *eksternal*.

2. Pelayanan bagi pelanggan *eksternal*

Dengan pelayanan prima kepada pelanggan *eksternal* diharapkan ada peningkatan loyalitas pelanggan *eksternal* terhadap perusahaan, sehingga perusahaan akan mampu memelihara dan meningkatkan penjualan barang atau jasa dan sekaligus dapat meraih keuntungan sebagaimana yang diharapkan. Pelayanan prima mengandung tiga hal pokok yaitu adanya pendekatan sikap yang berkaitan dengan kepedulian kepada pelanggan, upaya melayani dengan tindakan yang terbaik dan tujuan untuk memuaskan pelanggan dengan berorientasi pada standar layanan tertentu.

Berdasarkan dari penjelasan tersebut, peneliti akan menggunakan macam-macam pelayanan prima dari Kristiana (2020) dalam Agus (2021), yang dimana memiliki 2 macam yaitu pelayanan bagi pelanggan *internal* dan pelayanan bagi pelanggan *eksternal*. Untuk Pelanggan *internal* adalah orang-orang yang terlibat dalam proses produksi barang dan atau jasa yang dihasilkan perusahaan. Sedangkan kepada pelanggan *eksternal* diharapkan ada peningkatan loyalitas pelanggan *eksternal* terhadap perusahaan.

2.1.6 Ciri-ciri Pelayanan Prima

Adapun ciri-ciri dari pelayanan prima menurut Daryanto dan Ismanto (2014), sebagai berikut:

1. Pelanggan merasa dipentingkan.
2. Pelanggan merasa diutamakan.
3. Pelanggan merasa dihargai.
4. Pelanggan merasa diperhatikan.
5. Pelanggan merasa dilayani dengan mudah.
6. Pelanggan merasa dilayani dengan cepat.
7. Pelanggan merasa dilayani dengan tepat dan benar.
8. Pelanggan merasa dibantu dan diberi jalan keluar.
9. Pelanggan merasa mendapatkan apa yang diharapkan.
10. Pelanggan merasa puas dan terkesan.

Berdasarkan ciri-ciri pelayanan prima di atas ada beberapa poin yaitu, pelanggan merasa dipentingkan, diutamakan, dihargai, diperhatikan, dilayani dengan mudah, dilayani dengan cepat, dilayani dengan tepat dan benar, diberi jalan keluar, pelanggan mendapatkan apa yang diharapkan, dan pelanggan merasa puas.

2.1.7 Kualitas Pelayanan Prima

Menurut Daryanto dan Ismanto (2014), ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam kualitas pelayanan prima, antara lain:

1. Bentuk fisik (*Tangible*)

Kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pelanggan. Bentuk bangunan, tata ruang dan desain interior gedung merupakan bentuk fisik yang dapat meyakinkan pelanggan.

2. Keandalan (*Reliability*)

Kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan. Ketepatan waktu, yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik dan dengan akurasi yang tinggi.

3. Ketanggapan (*Responsiveness*)

Kemampuan perusahaan untuk menolong pelanggan dan ketersediaan untuk melayani pelanggan dengan baik.

4. Empaty (*Empathy*)

Memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupa memahami keinginan pelanggan.

Berdasarkan dengan uraian diatas ada beberapa kualitas pelayanan prima. Bentuk fisik, dengan adanya bentuk bangunan, tata ruang dan desain interior dapat meyakinkan pelanggan. Keandalan, dengan memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan seperti ketepatan waktu dan sikap simpatik. Ketanggapan, melayani pelanggan dengan baik. Empati, dengan memberikan perhatian yang tulus dengan pelanggan.

2.2 Fasilitas

2.2.1 Pengertian Fasilitas

Secara umum pengertian fasilitas adalah segala sesuatu yang dapat memudahkan pelanggan dalam memperoleh kepuasan. Menurut Tjiptono (2014) dalam Rabia et al (2020), mengatakan fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada pelanggan. Fasilitas dapat pula berupa segala sesuatu yang memudahkan pelanggan dalam memperoleh kepuasan. Menurut Kotler (2013) dalam Rabia et al (2020), fasilitas merupakan segala sesuatu yang bersifat fisik yang disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan pelanggan. Dari berbagai uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa fasilitas adalah sarana prasarana pendukung yang bersifat fisik yang disediakan oleh perusahaan penjual jasa untuk mendukung kenyamanan pelanggan.

Menurut Jaya Sakti & Mahfudz (2018) dalam Haikal (2021), fasilitas adalah sarana yang disediakan perusahaan untuk melancarkan fungsi, intinya fasilitas ini merupakan faktor yang menentukan pilihan orang agar dapat memakai suatu perusahaan jasa transportasi umum atau memakai jasa transportasi yang lain, dari pengertian di atas bisa disimpulkan bahwa fasilitas ialah segala sesuatu yang memperlancar usaha atau pekerjaan untuk mencapai tujuan. Pelanggan yang ingin mencari kenyamanan selama proses menunggu pelaksanaan layanan jasa akan lebih merasa nyaman bila fasilitas yang digunakan oleh pelanggan dibuat nyaman dan menarik Moha & Loindong (2016) dalam (Haikal, 2021).

Berdasarkan beberapa definisi dari para ahli diatas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa fasilitas adalah segala sesuatu yang dapat memudahkan pelanggan dalam memperoleh kepuasan. Dari berbagai uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa fasilitas adalah sarana prasarana pendukung yang bersifat fisik yang disediakan oleh perusahaan penjual jasa untuk mendukung kenyamanan pelanggan.

2.2.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Fasilitas

Faktor-faktor yang mempengaruhi signifikan terhadap desain fasilitas jasa adalah sebagai berikut Tjiptono (2012) dalam (Rabia et al, 2020):

1. Sifat dan tujuan organisasi, sifat suatu jasa yang sering kali menentukan berbagai persyaratan desainnya. Sebagai contoh desain rumah sakit perlu mempertimbangkan ventilasi yang memadai, ruang peralatan medis yang representatif, ruang tunggu pasien yang nyaman, kamar pasien yang bersih. Desain fasilitas yang baik dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya perusahaan mudah dikenali dan desain interior bisa menjadi ciri khas atau petunjuk mengenai sifat jasa didalamnya.
2. Ketersediaan tanah dan kebutuhan akan ruang atau tempat setiap perusahaan jasa membutuhkan lokasi fisik untuk mendirikan fasilitas jasanya. Dalam menentukan lokasi fisik diperlukan beberapa faktor yaitu kemampuan *financial*, peraturan pemerintah berkaitan dengan kepemilikan tanah dan pembebasan tanah dan lain-lain.
3. Fleksibilitas desain sangat dibutuhkan apabila volume permintaan sering berfluktuasi dan jika spesifikasi jasa cepat berkembang, sehingga resiko keuangan relative besar. Kedua kondisi ini menyebabkan fasilitas jasa harus dapat disesuaikan dengan kemungkinan perkembangan di masa datang.
4. Faktor estetis fasilitas jasa yang tertata rapi, menarik akan dapat meningkatkan sikap positif pelanggan terhadap suatu jasa, selain itu aspek karyawan terhadap pekerjaan dan motivasi kerjanya juga meningkatkan. Aspek yang perlu ditata berbagai aspek. Misalnya tinggi langit-langit bangunan, lokasi jendela dan pintu, bentuk pintu yang beraneka ragam dan dekorasi *interior*.
5. Masyarakat dan lingkungan sekitar, masyarakat (terutama masalah sosial dan lingkungan hidup) dan lingkungan disekitar fasilitas jasa memainkan peranan penting dan berpengaruh besar terhadap perusahaan. Apabila perusahaan tidak mempertimbangkan faktor ini, maka kelangsungan hidup perusahaan bisa terancam.

6. Biaya konstruksi dan operasi kedua jenis biaya ini dipengaruhi desain fasilitas. Biaya konstruksi dipengaruhi oleh jumlah dan jenis bangunan yang digunakan. Biaya operasi dipengaruhi oleh kebutuhan energy ruangan, yang berkaitan dengan perubahan suhu.

Menurut Nirwana (2007) dalam (Triana, 2019), terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi dalam merancang fasilitas fisik yaitu: desain fasilitas, nilai fungsi, estetika, kondisi yang mendukung, peralatan penunjang, seragam pegawai, laporan-laporan dan garansi.

2.2.3 Indikator Fasilitas

Pada dasarnya fasilitas dapat menunjang perusahaan untuk mencapai suatu tujuan karena secara tidak langsung fasilitas sangat mempengaruhi tingkat pelayanan untuk memudahkan konsumen, memberikan standar keamanan dan kenyamanan bagi konsumennya. Menurut Tjiptono (2016) dalam (Widyaningrum, 2020), terdapat enam indikator yang harus dipertimbangkan secara cermat dalam mengukur fasilitas jasa, yaitu:

1. Perencanaan Spasial
Aspek-aspek seperti properti, simetri, tekstur warna perlu diintegrasikan dan dirancang secara cermat untuk menstimulasi respon intelektual maupun respon emosional dari para pemakai atau orang yang melihatnya.
2. Perencanaan Ruangan
Faktor ini mencakup perencanaan interior dan arsitektur, seperti penempatan perabotan dan perlengkapan dalam ruangan, desain aliran sirkulasi dan lain-lain.
3. Perlengkapan atau perabotan
Perlengkapan atau perabotan memiliki beberapa fungsi, diantaranya sebagai sarana perlindungan barang-barang berharga berukuran kecil, sebagai barang pajangan dan sebagai tanda penyambutan bagi para pelanggan dan sebagai suatu yang menunjukkan status pemilik atau penggunanya.

4. Tata cahaya

Beberapa hal yang harus diperhatikan dalam mendesain tata cahaya adalah siang hari, warna, jenis dan sifat aktivitas yang dilakukan didalam ruangan, persepsi penyedia jasa akan tugasnya, tingkat ketajaman penglihatan dan susunan yang diinginkan (tenang, damai, segar, riang, gembira dan lain-lain).

5. Warna

Banyak orang yang menyatakan bahwa warna memiliki bahasanya sendiri, dimana warna dapat menstimulasi perasaan emosi spesifik.

6. Pesan-pesan yang disampaikan secara grafis

Aspek-aspek yang saling terkait dalam faktor ini adalah penampilan visual, penempatan, pemilihan bentuk pewajahan lambing atau tanda yang dipergunakan untuk maksud tertentu, misalnya petunjuk, arah atau tempat, keterangan atau informasi dan sebagainya.

Sedangkan indikator menurut Kotler dalam (Apriyadi, 2017), meliputi:

1. Kualitas atau Kondisi Fasilitas

Kualitas atau kondisi fasilitas mengacu pada keadaan fisik dan fungsional suatu fasilitas pada suatu waktu tertentu. Ini mencakup evaluasi terhadap keadaan bangunan, perabotan, peralatan, infrastruktur dan fasilitas penunjang lainnya. Kondisi fasilitas dapat bervariasi dari baik hingga buruk, tergantung pada sejumlah faktor seperti pemeliharaan rutin, usia fasilitas, pemakaian dan perubahan lingkungan.

2. Kelengkapan Fasilitas

Kelengkapan fasilitas adalah semua elemen dan perlengkapan yang diperlukan untuk mendukung operasi dan memenuhi kebutuhan pengguna suatu fasilitas. Ini termasuk bangunan, perabotan, peralatan, infrastruktur, fasilitas penunjang dan layanan tambahan yang menyediakan kenyamanan, fungsionalitas dan keamanan bagi pengguna. Kelengkapan fasilitas yang baik adalah kunci untuk memberikan pengalaman yang memuaskan bagi pengguna dan menjaga operasi fasilitas berjalan dengan lancar.

3. Desain Fasilitas

Desain fasilitas adalah proses merancang ruang fisik untuk tujuan tertentu, seperti komersial, industri, pendidikan atau rekreasi. Ini melibatkan pemikiran tentang fungsi, keamanan, kenyamanan, estetika dan kebutuhan pengguna. Faktor-faktor seperti tata letak, material, tata cahaya, sirkulasi udara dan aspek teknis lainnya juga dipertimbangkan dalam proses ini. Tujuannya adalah menciptakan ruang yang efisien, fungsional dan menarik bagi pengguna.

4. Desain Eksterior

Desain eksterior mengacu pada penampilan luar suatu bangunan, kendaraan, atau objek lainnya. Ini melibatkan pemikiran tentang estetika, fungsionalitas dan keselarasan dengan lingkungan sekitarnya. Desain eksterior dapat mempengaruhi kesan visual yang diberikan oleh suatu objek dan juga dapat memengaruhi cara objek tersebut digunakan atau diidentifikasi.

Dalam konteks desain arsitektur, desain eksterior bangunan melibatkan pemilihan bahan bangunan, bentuk, tekstur, warna dan elemen-elemen dekoratif lainnya untuk menciptakan penampilan yang menarik dan sesuai dengan tujuan bangunan tersebut. Desain eksterior yang baik dapat memberikan identitas unik bagi bangunan dan mencerminkan nilai-nilai budaya, sejarah atau konteks lokal.

Indikator fasilitas menurut Faisal (2007) dalam Widyaningrum (2020), adalah:

1. Komputer.
2. Meja kantor.
3. Parkir.
4. Bangunan kantor.

2.3 Kepuasan Pelanggan

2.3.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan

Menurut Irawan (2016), mengungkapkan kepuasan pelanggan adalah suatu perasaan pelanggan sebagai respon terhadap produk barang atau jasa yang telah dikonsumsi. Menurut Bahrudin (2016), menyatakan kepuasan pelanggan adalah evaluasi pilihan yang disebabkan oleh keputusan pembelian tertentu dan pengalaman dalam menggunakan atau mengkonsumsi barang atau jasa. Sedangkan Tjiptono (2014) dalam Ramadhini (2022), mengkonseptualisasikan kepuasan pelanggan seperti perasaan yang muncul menjadi *output* penilaian terhadap pengalaman pemakaian produk atau jasa.

Menurut Kotler et al (2016) dalam (Ramadhini, 2022), mengatakan kepuasan pelanggan sebagai berikut: “*Satisfaction reflects a person’s judgment of a product’s perceived performance in relationship to expectations. If performance falls short of expectations, the customer is disappointed. If it matches expectations, the customer is satisfied. If it exceeds them, the customer is delighted*” yang artinya kepuasan mencerminkan penilaian seseorang tentang kinerja produk yang dirasakan dalam kaitannya dengan harapan. Apabila kinerja jauh dari ekspektasi, pelanggan kecewa. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika melebihi ekspektasi, pelanggan senang.

Berdasarkan beberapa definisi dari para ahli diatas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa kepuasan pelanggan adalah suatu hasil dari perbandingan antara harapan terhadap kinerja yang didapatkan dalam menggunakan suatu produk atau jasa. Kepuasan mencerminkan penilaian seseorang tentang kinerja produk yang dirasakan dalam kaitannya dengan harapan. Apabila kinerja jauh dari ekspektasi, pelanggan kecewa. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika melebihi ekspektasi, pelanggan senang.

2.3.2 Elemen-Elemen Kepuasan Pelanggan

Menurut Priansa (2017), lima elemen yang menyangkut kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut:

1. Harapan (*Expectations*)

Harapan pelanggan terhadap suatu barang atau jasa yang disusun sebelum pembelian barang atau jasa tersebut. Ketika tahapan pembelian dilakukan, pelanggan berharap barang atau jasa yang diterima sesuai dengan harapan, keinginan dan keyakinan mereka. Jika sesuai dengan harapan pelanggan maka ia akan merasa puas.

2. Kinerja (*Performance*)

Pengalaman pelanggan terhadap kinerja aktual barang atau jasa ketika digunakan tanpa dipengaruhi oleh harapan mereka. Ketika kinerja aktual barang atau jasa berhasil maka pelanggan akan merasa puas.

3. Perbandingan (*Comparison*)

Hal ini dilakukan dengan membandingkan harapan kinerja barang atau jasa sebelum membeli dengan persepsi kinerja aktual barang atau jasa tersebut. Pelanggan akan merasa puas ketika harapan sebelum pembelian sesuai atau melebihi persepsi mereka terhadap kinerja aktual produk.

4. Pengalaman (*Experience*)

Harapan pelanggan dipengaruhi oleh pengalaman mereka terhadap penggunaan merek dari barang atau jasa yang berbeda dari orang lain.

5. Konfirmasi (*Confirmation*) dan Diskonfirmasi (*Disconfirmation*)

Konfirmasi atau terkonfirmasi terjadi jika harapan sesuai dengan kinerja aktual produk. Sebaliknya diskonfirmasi atau tidak terkonfirmasi terjadi ketika harapan lebih tinggi atau lebih rendah dari kinerja aktual produk. Pelanggan akan merasa puas ketika terjadi *confirmation* atau *disconfirmation*.

Adapun dimensi-dimensi kepuasan pelanggan menurut *customer satisfaction measurement survey* (SCMS) yang digunakan oleh *Intercept Research Corporation* Arief (2006) dalam (Firmansyah, 2019), adalah sebagai berikut:

1. *Quality image* (citra mengenai kualitas).
2. *Relational outcomes* (hasil-hasil yang berhubungan).
3. *Order fulfillment* (pemenuhan pesanan).
4. *Inside customer service support* (dukungan bagian pelayanan pelanggan).
5. *Delivery service* (penyampaian pelayanan).
6. *Reporting and bullying* (laporan dan penagihan).
7. *Outside sales person support* (dukungan bagian pemasaran).
8. *Recommendation* (rekomendasi).

Berdasarkan beberapa elemen dari para ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa terdapat beberapa elemen kepuasan pelanggan yaitu Harapan (*Expectations*), Kinerja (*Performance*), Perbandingan (*Comparison*), Pengalaman (*Experience*), Konfirmasi (*Confirmation*) dan Diskonfirmasi (*Disconfirmation*). Lalu terdapat juga beberapa dimensi yaitu *Quality image* (citra mengenai kualitas), *Relational outcomes* (hasil-hasil yang berhubungan), *Order fulfillment* (pemenuhan pesanan), *Inside customer service support* (dukungan bagian pelayanan pelanggan), *Delivery service* (penyampaian pelayanan), *Reporting and bullying* (laporan dan penagihan), *Outside sales person support* (dukungan bagian pemasaran), *Recommendation* (rekomendasi). Penelitian ini mengacu pada elemen-elemen yang dikemukakan oleh (Priansa, 2017).

2.3.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Menurut Indasari (2019), dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan, terdapat lima faktor utama dan harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu:

1. **Kualitas Produk**
Pelanggan akan merasa puas bila evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan memang berkualitas.

2. Kualitas Pelayanan

Pelanggan akan merasa puas apabila mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.

3. Emosional

Pelanggan akan merasa bangga dan yakin bahwa orang lain akan kagum terhadap mereka, apabila memakai produk tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.

4. Harga

Produk dengan kualitas yang sama tetapi harga yang relatif rendah menawarkan nilai yang lebih besar kepada pelanggan.

5. Biaya

Pelanggan yang tidak mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk cenderung merasa puas dengan produk tersebut.

Berdasarkan beberapa faktor diatas, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, faktor emosional dan biaya.

2.3.4 Indikator Kepuasan Pelanggan

Indikator untuk mengukur kepuasan pelanggan, menurut Indasari (2019), adalah:

1. Kesesuaian Harapan

Kepuasan tidak diukur secara langsung tetapi disimpulkan berdasarkan kesesuaian atau ketidakesesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja perusahaan yang sebenarnya.

2. Minat Berkunjung Kembali

Kepuasan pelanggan diukur dengan menanyakan apakah pelanggan ingin membeli atau menggunakan kembali jasa perusahaan.

3. Kesiediaan Merekomendasikan

Kepuasan pelanggan diukur dengan menanyakan apakah pelanggan akan merekomendasikan produk atau jasa tersebut kepada orang lain seperti, keluarga, teman dan lainnya.

Berdasarkan uraian di atas ada beberapa indikator kepuasan pelanggan yang di antaranya: Kesesuaian harapan, dimana indikator ini tidak dapat diukur tetapi disimpulkan berdasarkan kesesuaian harapan pelanggan, minat berkunjung kembali, dapat diukur dengan menanyakan apakah pelanggan ingin menggunakan kembali jasa perusahaan, kesiediaan merekomendasikan, kepuasan pelanggan diukur dengan merekomendasikan produk atau jasa kepada orang lain.

2.4 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini menggunakan penelitian terdahulu sebagai bahan acuan sekaligus referensi dalam membandingkan serta mengembangkan penelitian yang dilakukan. Peneliti mencari studi penelitian yang berhubungan dengan penelitian ini. Beberapa hasil penelitian yang memiliki hubungan dengan penelitian ini antara lain:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Penulis (Tahun)	Judul	Hasil Penelitian	Perbedaan
1.	Desi Arisandi (2018)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Penumpang Pada PT. Kereta Api Indonesia (persero) Medan.	Dari hasil penelitian ini kualitas pelayanan berpengaruh dan memiliki hubungan yang positif terhadap kepuasan penumpang. Dengan demikian maka hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan penumpang adalah jika semakin baik kualitas pelayanannya maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan penumpang, kesimpulannya: ada pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan (X_1) terhadap kepuasan penumpang (Y).	Pada penelitian terdahulu variabel X terhadap Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Sedangkan penelitian ini variabel X terhadap Pelayanan Prima dan Fasilitas.

No.	Penulis (Tahun)	Judul	Hasil Penelitian	Perbedaan
			<p>Dari hasil penelitian ini fasilitas berpengaruh dan memiliki hubungan yang positif terhadap kepuasan penumpang. Dengan demikian maka hubungan antara fasilitas dengan kepuasan penumpang adalah jika semakin baik fasilitas yang dirasakan oleh penumpang pada PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Medan maka semakin rendah pula tingkat kepuasan penumpang pada perusahaan tersebut.</p>	
2	Muhammad Fatchur dan Nur Widyawati (2022)	<p>Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Kereta Api Pasundan di PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 8 Surabaya.</p>	<p>Fasilitas (X_1) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hasil pengujian hipotesis pertama mengenai pengaruh Fasilitas (X_1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) terdapat pengaruh positif dan signifikan. Bahwa kesimpulan yang didapatkan tingkat kepuasan konsumen dilihat dari bagaimana tempat duduk yang nyaman, alat bantu dalam keadaan darurat dan penerangan di dalam kereta yang berfungsi dengan baik. Dari semakin bagus tingkat fasilitas yang ada tersebut agar bisa menarik minat menggunakan jasa transportasi kereta.</p> <p>Hasil pengujian hipotesis kedua mengenai pengaruh Pelayanan (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) terdapat pengaruh positif. Bahwa kesimpulan yang didapatkan tingkat kepuasan konsumen dilihat bagaimana pelayanan yang diberikan kepada pelanggan pengguna jasa transportasi kereta.</p>	<p>Pada penelitian terdahulu studi pada kereta api Daop 8 Surabaya Sedangkan untuk penelitian sekarang studi pada kereta api Kuala Stabas Bandar Lampung.</p>
3.	Yoga Bambang	<p>Pengaruh Pelayanan Prima (<i>Service Excellence</i>) terhadap Kepuasan</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap, perhatian, tindakan, kemampuan, penampilan</p>	<p>Pada penelitian terdahulu studi pada Smeso Mart Al-Hakim Kota</p>

No.	Penulis (Tahun)	Judul	Hasil Penelitian	Perbedaan
	Irawan (2016)	Pelanggan di Smeso Mart Al-Hakim Kota Malang.	dan tanggung jawab memiliki pengaruh yang signifikan secara simultan atau serentak terhadap variabel kepuasan pelanggan dan sikap, perhatian, tindakan, kemampuan, penampilan dan tanggung jawab hanya empat yang memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap variabel kepuasan pelanggan.	Malang. Sedangkan untuk penelitian sekarang studi pada kereta api Kuala Stabas Bandar Lampung.
4.	Febi Sivia (2018)	Pelayanan Prima dan Kepuasan Pelanggan di Kantor Pelayanan Perbendaharaan Negara (KPPN) Makassar II.	Pelayanan Prima pada Kantor Pelayanan Perbendaharaan Negara (KPPN) Makassar II dilihat dari enam <i>indicator</i> yaitu kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan, dan tanggung jawab dikategorikan baik. Berdasarkan tingkat pencapaian tersebut, dapat disimpulkan bahwa Kantor Pelayanan Perbendaharaan Negara (KPPN) Makassar II mampu memberikan pelayanan yang berkualitas kepada <i>Satker</i> . Tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan prima di Kantor Pelayanan Perbendaharaan Negara (KPPN) Makassar II berada pada kategori baik. Artinya pelayanan prima Kantor Pelayanan Perbendaharaan Negara (KPPN) Makassar II telah sesuai dengan keinginan pelanggan.	Pada penelitian terdahulu meneliti di Instansi Pemerintahan, Sedangkan penelitian yang sekarang meneliti di suatu Perusahaan BUMN.

Sumber: Data diolah peneliti (2024)

2.5 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran ini dibuat untuk memudahkan penulis dalam memahami inti dari apa yang ingin penulis sampaikan. Dalam penelitian ini, penulis melakukan penelitian mengenai pengaruh penerapan pelayanan prima dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan PT Kereta Api Indonesia (Studi pada penumpang Kereta Api Kuala Stabas Bandar Lampung)

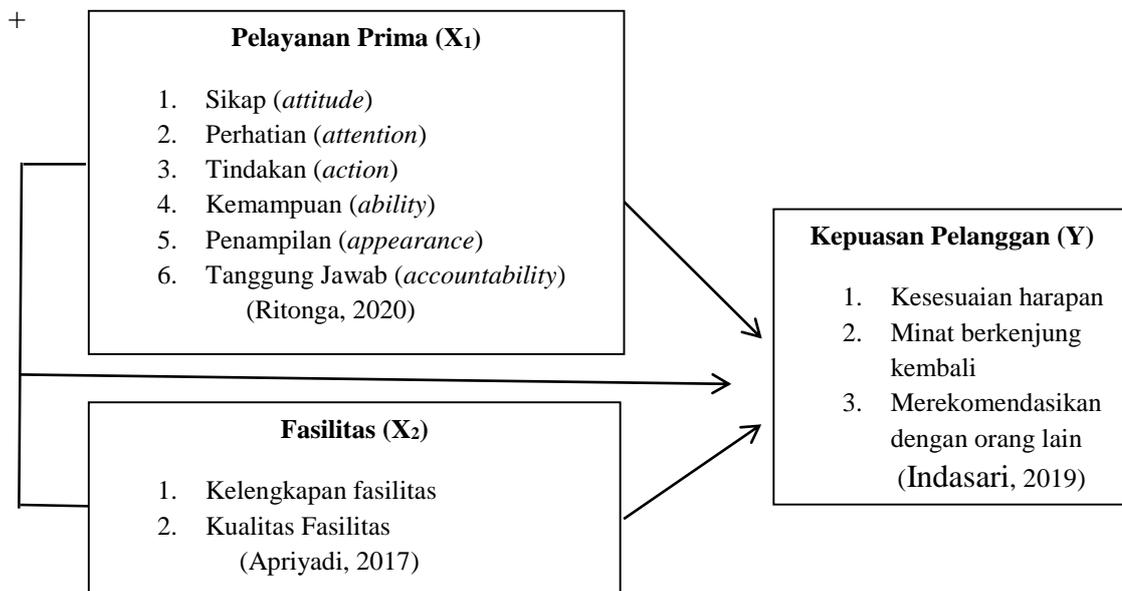
Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya (Tjiptono & Anastasia, 2022). Kepuasan pelanggan juga dapat diukur melalui indikator kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali dan kesediaan merekomendasikan dengan orang lain. Beberapa penelitian terdahulu indikator tersebut dipengaruhi oleh pelayanan prima dan fasilitas.

Pelayanan prima adalah memberikan pelayanan yang terbaik, menimbulkan kepercayaan dan kepuasan terhadap pelanggan, dan untuk menjaga agar pelanggan merasa dipentingkan dan diperhatikan segala kebutuhannya (Suminar et al., 2017) dalam (Ryan & Tauer, 2020). Menurut Ritonga (2020:179), pelayanan prima diukur dengan menggunakan indikator 6A atau *Attitude, Attention, Action, Ability, Appearance, Accountability*.

Sedangkan fasilitas adalah segala sesuatu yang dapat memudahkan pelanggan dalam memperoleh kepuasan. Menurut Tjiptono (2014) dalam Rabia et al (2020), mengatakan fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada pelanggan. Fasilitas dapat pula berupa segala sesuatu yang memudahkan pelanggan dalam memperoleh kepuasan. Dalam penelitian ini untuk mengukur fasilitas menggunakan indikator menurut Kotler dalam (Apriyadi, 2017), yaitu kelengkapan fasilitas dan kualitas fasilitas.

Hubungan antara ketiga variabel tersebut berdasarkan penelitian terdahulu yang menunjukkan pelayanan prima dan fasilitas memberikan pengaruh positif signifikan pada kepuasan pelanggan. Berdasarkan uraian tersebut, dapat digambarkan dalam kerangka penelitian seperti dalam gambar 2.1.

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran



Sumber: Data diolah peneliti (2023)

2.6 Hipotesis

Menurut Sugiyono (2018), menyatakan bahwa hipotesis merupakan solusi dari rumusan masalah penelitian yang dinyatakan sementara, dimana rumusan masalah penelitian dinyatakan sebagai kalimat tanya. Sedangkan menurut Heryana & Unggul (2020), hipotesis atau hipotesa merupakan suatu pernyataan yang sifatnya sementara atau kesimpulan sementara atau dugaan yang bersifat logis tentang suatu populasi.

Dalam ilmu statistik, hipotesis merupakan pernyataan parameter populasi. Parameter populasi ini menggambarkan variabel yang ada dalam populasi, dihitung menggunakan statistik sampel. Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka dapat dikatakan bahwa penerapan pelayanan prima berpengaruh terhadap kepuasan penumpang kereta api kuala stabas, oleh karena itulah akan disajikan beberapa hipotesis yaitu sebagai berikut:

1. **Ha₁** : Diduga bahwa penerapan pelayanan prima berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kereta Api Kuala Stabas Bandar Lampung.
Ho₁ : Diduga bahwa penerapan pelayanan prima tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan kereta api kuala stabas Bandar Lampung.
2. **Ha₂**: Diduga bahwa fasilitas berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kereta Api Kuala Stabas Bandar Lampung.
Ho₂: Diduga bahwa fasilitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kereta Api Kuala Stabas Bandar Lampung.
3. **Ha₃**: Diduga bahwa penerapan pelayanan prima dan fasilitas bersama-sama secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Kereta Api Kuala Stabas Bandar Lampung.
Ho₃: Diduga bahwa penerapan pelayanan prima dan fasilitas bersama-sama secara signifikan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Kereta Api Kuala Stabas Bandar Lampung.

III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah *Explanatory Research* dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dilakukan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). Dimana desain kausal berguna untuk mengukur hubungan antara variabel riset atau untuk menganalisis bagaimana pengaruh suatu variabel terhadap variabel lainnya (Umar, 2018). Penelitian ini akan menjelaskan kedudukan variabel yang diteliti serta hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lain, yaitu untuk mengetahui hubungan variabel independen yaitu Pelayanan Prima (X_1), Fasilitas (X_2) dan variabel dependen Kepuasan Pelanggan (Y).

3.2 Jenis Pengumpulan Data

3.2.1 Data Primer

Data primer adalah data yang berasal dari sumber asli atau pertama, yang dikumpulkan peneliti untuk menjawab masalah yang ditemukan dalam penelitian yang didapat secara langsung dari sumbernya dengan melakukan pengukuran, menghitung sendiri dalam bentuk angket dan observasi (Sugiyono, 2018). Data primer dalam penelitian ini informasi tentang pelayanan prima (X_1), fasilitas (X_2) dan kepuasan pelanggan (Y) yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada penumpang Kereta Api Indonesia Kuala Stabas Bandar Lampung.

3.2.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang diperoleh dengan cara membaca, mempelajari dan memahami melalui media lain yang bersumber dari dokumen perusahaan (Sugiyono, 2018). Data sekunder yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu beberapa jurnal ilmiah, buku, *e-book*, artikel dan sumber lainnya yang terkait dengan penelitian yang dilakukan.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

3.3.1 Kuesioner

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden dengan harapan memberikan *respon* atas daftar pertanyaan tersebut (Noor, 2017). Daftar pertanyaan kuesioner yang digunakan bersifat tertutup. Bersifat tertutup artinya alternatif-alternatif jawaban telah disediakan (Umar, 2018). Kuesioner disusun sendiri oleh peneliti untuk mendapatkan data-data yang berhubungan dengan masalah penelitian.

3.3.2 Studi Pustaka

Teknik pengumpulan data dengan melakukan penelaahan terhadap buku, literatur, catatan, serta berbagai laporan yang berkaitan dengan masalah yang ingin dipecahkan (Nazir, 2003) dalam (Penny, 2018). Teknik ini berfungsi sebagai landasan teoritis untuk studi dan digunakan untuk mengidentifikasi variabel yang akan dinilai dan untuk menganalisis temuan dari penyelidikan sebelumnya.

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2016) dalam (Fakhri, 2021), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Menurut (Sugiyono, 2016) dalam (Fakhri, 2021), populasi adalah keseluruhan dari karakteristik atau unit hasil pengukuran yang menjadi objek penelitian. Melihat pendapat diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa populasi merupakan objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan masalah penelitian. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah penumpang Kereta Api Indonesia Kuala Stabas Bandar Lampung yaitu sebanyak 590.871 orang.

3.4.2 Sampel

Menurut (Sugiyono, 2018), dalam penelitian kuantitatif, sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel pada penelitian ini merupakan bagian dari jumlah populasi. Penentuan sampel pada penelitian ini sangat dibutuhkan untuk kejelasan penyebaran kuesioner yang akan dilakukan.

Untuk pengambilan sampel pada penelitian ini, maka diperlukan teknik sampling. Teknik sampling yang digunakan pada penelitian ini adalah *Non Probability Sampling* dengan menggunakan *Purposive Sampling*. Menurut (Sugiyono, 2018), *Non Probability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.

Sedangkan *Purposive Sampling* menurut (Sugiyono, 2018), adalah pemilihan sampel yang berdasarkan pada suatu karakteristik tertentu dalam suatu populasi yang memiliki hubungan dominan sehingga dapat digunakan untuk mencapai tujuan penelitian. Pengambilan sampel disini dispesifikasi dengan pemilihan

sampel yang memiliki ciri-ciri untuk mendapatkan hasil yang efektif dari sebuah penelitian.

Berdasarkan definisinya, tujuan utama dari penggunaan *Purposive Sampling* adalah untuk mencari sampel yang sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan secara khusus oleh peneliti. Selain itu, tujuan dari *Purposive Sampling* adalah untuk menjelaskan suatu permasalahan secara jelas karena sampel yang mewakili memiliki nilai *representatif*. Sehingga tujuan utama penelitian dapat terpenuhi.

Ada beberapa kriteria yang harus dipenuhi agar *Purposive Sampling* tetap valid untuk digunakan. Di antaranya:

1. Responden yang dipilih adalah pelanggan yang telah menggunakan Kereta Api Kuala Stabas.
2. Responden yang dipilih adalah pelanggan yang sedang menggunakan Kereta Api Kuala Stabas.
3. Responden yang dipilih adalah pelanggan yang berada di dalam Stasiun untuk menaiki Kereta Api Kuala Stabas.
4. Pelanggan Kereta Api Kuala Stabas yang bersedia menjadi responden.

Untuk menyempurnakan penelitian ini peneliti juga mengambil sampel menggunakan *Accidental Sampling*. Menurut (Sugiyono, 2018), *Accidental Sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu pelanggan yang secara kebetulan atau *insidental* bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

Berdasarkan pernyataan di atas, maka dalam menentukan jumlah sampel yang akan diambil dalam penelitian ini, penulis menggunakan rumus *Slovin* sebagai alat ukur untuk menghitung ukuran sampel. Karena populasi jumlah penumpang Kereta Api Kuala Stabas adalah sebanyak 590.871, maka rumus *Slovin* yang digunakan untuk menentukan sampel penelitian adalah sebagai berikut:

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

3.1 Rumus Slovin Menurut (Sugiyono, 2018)

Keterangan:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi (590.871)

e = *Persentase* batas toleransi kesalahan (10%)

$$n = \frac{590.871}{1 + (590.871 \times (0.1)^2)}$$

$$n = 99,98 \text{ (dibulatkan menjadi 100)}$$

Dapat dilihat hasil substitusi rumus *Slovin* diatas, maka diketahui jumlah n (sampel) dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Oleh karena itu penyebaran kuesioner penelitian ini hanya dilakukan kepada 100 responden penumpang Kereta Api Kuala Stabas Bandar Lampung.

3.5 Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *Likert*. Menurut (Sugiyono, 2018), skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya *interval* yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif.

Menurut (Sugiyono, 2018), skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala *Likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala *Likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif.

Tabel 3.1 Tabel Skala *Likert*

No	Pilihan Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Netral	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Sudjarwo dan Basrowi (2009:23)

3.6 Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan variabel penelitian yang dimasukkan untuk memahami arti setiap variabel penelitian sebelum melakukan analisis, menentukan instrumen, serta mengetahui sumber pengukuran (Kumaidi, 2021). Untuk melihat operasional suatu variabel harus diukur dengan menggunakan indikator-indikator yang dapat memperjelas variabel yang dimaksud dapat dilihat pada Tabel 3.2 berikut:

Tabel 3.2 Definisi Operasional

No.	Variabel	Dimensi	Definisi Operasional	Indikator	Item	Skala
Variabel Independen						
1.	Pelayanan Prima	Sikap	Sikap adalah perilaku yang harus di perlihatkan ketika berhadapan dengan pelanggan.	1. Sikap ramah yang ditunjukkan petugas Kereta. 2. Sikap sopan yang ditunjukkan petugas Kereta.	1. Petugas Kereta Api Kuala Stabas bersikap ramah terhadap pelanggan. 2. Petugas Kereta Api Kuala Stabas bersikap sopan terhadap pelanggan.	<i>Likert</i>
		Perhatian	Perhatian adalah bentuk kepedulian	1. Petugas Kereta memberikan	1. Petugas Kereta Api Kuala	

No.	Variabel	Dimensi	Definisi Operasional	Indikator	Item	Skala
			<p>terhadap pelanggan yang berkaitan dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan.</p>	<p>perhatian atas keperluan dan kebutuhan pelanggan.</p> <p>2. Petugas Kereta membantu kesulitan pelanggan.</p> <p>3. Petugas Kereta meluangkan waktu menanggapi permintaan pelanggan.</p>	<p>Stabas memberikan perhatian atas keperluan dan kebutuhan pelanggan.</p> <p>2. Petugas Kereta Api Kuala Stabas senantiasa membantu pelanggan yang mengalami kesulitan</p> <p>3. Petugas Kereta Api Kuala Stabas bersedia meluangkan waktu menanggapi permintaan pelanggan.</p>	
		Tindakan	<p>Tindakan adalah tindakan nyata yang harus dilakukan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan, yang meliputi mencatat kebutuhan pelanggan, menegaskan kembali kebutuhan para pelanggan dan mewujudkan kebutuhan pelanggan.</p>	<p>1. Petugas Kereta merespon keluhan pelanggan.</p> <p>2. Petugas Kereta tidak memilih-milih pelanggan.</p>	<p>1. Petugas Kereta Api Kuala Stabas memberikan tindakan cepat dan tanggap dalam merespon keluhan pelanggan.</p> <p>2. Petugas Kereta Api Kuala Stabas tidak memilih-milih pelanggan yang akan dilayani.</p>	

No.	Variabel	Dimensi	Definisi Operasional	Indikator	Item	Skala
		Kemampuan	Kemampuan adalah pengetahuan dan keterampilan tertentu yang mutlak diperlukan untuk menunjang program pelayanan prima, yang meliputi kemampuan berkomunikasi.	1. Petugas Kereta mampu berkomunikasi dengan pelanggan.	1. Petugas Kereta Api Kuala Stabas mampu berkomunikasi secara baik dengan pelanggan.	
		Penampilan	Penampilan adalah penampilan seseorang yang bersifat fisik atau nonfisik, yang mampu merefleksikan kepercayaan diri dan kredibilitas dari pihak lain.	1. Petugas Kereta berpenampilan rapi dan sopan. 2. Petugas Kereta tidak memakai aksesoris berlebihan.	1. Petugas Kereta Api Kuala Stabas berpenampilan rapi dan sopan. 2. Petugas Kereta Api Kuala Stabas tidak memakai aksesoris yang berlebihan.	
		Tanggung Jawab	Tanggung Jawab adalah salah satu sikap keberpihakan kepada pelanggan sebagai suatu wujud kepedulian untuk menghindari atau meminimalkan kerugian atau ketidakpuasan pelanggan.	1. Petugas tidak istirahat saat melayani. 2. Petugas memberikan kemudahan prosedur.	1. Petugas Kereta Api Kuala Stabas tidak istirahat saat sedang melayani pelanggan. 2. Petugas Kereta Api Kuala Stabas memberikan kemudahan prosedur pelayanan	

No.	Variabel	Dimensi	Definisi Operasional	Indikator	Item	Skala
					kepada pelanggan.	
2	Fasilitas (X₂)	fasilitas merupakan sarana maupun prasarana yang penting dalam usaha meningkatkan kepuasan seperti memberi kemudahan, memenuhi kebutuhan dan kenyamanan bagi pengguna jasa.		<ol style="list-style-type: none"> 1. Kelengkapan fasilitas. 2. Kualitas fasilitas. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kereta Api Kuala Stabas memiliki kelengkapan fasilitas yang lengkap yang diinginkan pelanggan. 2. Kualitas fasilitas yang dimiliki Kereta Api Kuala Stabas memiliki kualitas yang baik. 	<i>Likert</i>
Variabel Independen						
3	Kepuasan Pelanggan (Y)	Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya.		1. Kesesuaian harapan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya merasa puas atas pelayanan yang diberikan petugas Kereta Api Kuala Stabas. 2. Kualitas dan kelengkapan Fasilitas yang diberikan Kereta Api Kuala Stabas sesuai dengan harapan. 3. Kereta Api Kuala Stabas selalu memberikan kenyamanan 	<i>Likert</i>

No.	Variabel	Dimensi	Definisi Operasional	Indikator	Item	Skala
					n bagi pelanggan 4. Harga yang murah dan terjangkau untuk Kereta Api Kuala Stabas.	
				1. Minat berkunjung kembali.	1. Saya ingin kembali lagi untuk melakukan perjalanan menggunakan Kereta Api Kuala Stabas.	
				1. Merekomendasikan dengan orang lain.	1. Saya akan merekomendasikan Kereta Api Kuala Stabas dengan orang lain.	

3.7 Teknik Pengujian Instrumen

3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner (Ghozali, 2018). Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Sebaliknya suatu alat ukur yang tidak valid memiliki validitas rendah. Validitas dapat diketahui dengan menggunakan rumus *Product Moment Coefficient of Correlation* dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka kuesioner valid.
2. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka kuesioner tidak valid.

Rumus Korelasi *Product Moment*:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\}\{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

3.2 Rumus Uji Validitas Menurut (Pearson, 1896)

Keterangan:

- r_{xy} = Nilai Validitas
 N = Jumlah subjek
 X = Total item Variabel X
 Y = Total item Variabel Y

Uji validitas yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan program SPSS 27, untuk setiap butir pernyataan dari setiap variabel yang diuji. *Pre-test* dilakukan dalam studi ini dengan jumlah 100 responden yang menghasilkan nilai r_{tabel} sebesar 0,196. Suatu instrumen dapat dinyatakan valid apabila nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} ($r_{hitung} > r_{tabel}$).

R_{tabel} adalah tabel berisi angka yang digunakan untuk menguji berbagai kemungkinan hasil validitas data penelitian. Mayoritas statistika menggunakan kriteria untuk pengujian tersebut pada dua taraf, yaitu mengacu kepada (rumus $df = n - 2$) dengan sig 5% dan 1% (Raharjo, 2019). Cara membaca r_{tabel} adalah dengan melihat pada probabilitas tertentu, dimana yang biasa digunakan adalah nilai 0,05. Selanjutnya tentukan berapa nilai df (*degree of freedom*) atau derajat kebebasan dengan rumus ($df = n - 2$). Dimana N adalah besarnya sampel Jika sampel sejumlah 100, maka $Df = 100 - 2 = 98$. Nilai r_{tabel} pada penelitian ini adalah 0,196 (Lampiran 13).

Tabel 3.3 Uji Validitas

X1 (Pelayanan Prima)	R_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X1.1	0,482	0,196	Valid
X1.2	0,524		Valid
X1.3	0,570		Valid
X1.4	0,595		Valid
X1.5	0,601		Valid
X1.6	0,629		Valid
X1.7	0,578		Valid
X1.8	0,614		Valid
X1.9	0,618		Valid

X1.10	0,531		Valid
X1.11	0,591		Valid
X1.12	0,582		Valid
X2 (Fasilitas)	R_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X2.1	0,877	0,196	Valid
X2.2	0,870		Valid
Y (Kinerja Karyawan)	R_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Y.1	0,619	0,196	Valid
Y.2	0,669		Valid
Y.3	0,633		Valid
Y.4	0,699		Valid
Y.5	0,668		Valid
Y.6	0,573		Valid

Sumber: Lampiran 5

Berdasarkan tabel 3.3 hasil uji validitas pada penelitian ini dapat dinyatakan bahwa semua item pertanyaan bernilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, sehingga semua instrumen setiap variabel pada penelitian ini dinyatakan valid.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah suatu nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur dalam mengukur yang sama (Umar, 2017). Dalam penelitian ini pengujian reliabilitas menggunakan bantuan program SPSS 27. Menurut (Ghozali, 2018), instrumen penelitian dikatakan reliabel jika memiliki nilai *Alpha Cronbach* > 0.60 . Jika nilainya lebih kecil dari 0.60 maka kuesioner penelitian ini tidak reliabel.

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{V_t^2} \right]$$

3.3 Rumus Uji Reliabilitas Menurut (Nunnaly dan Bernstein, 1994)

Keterangan:

r_{11} = Reliabilitas instrumen

k = Jumlah pertanyaan

σ_b^2 = Jumlah varian item

$$V_t^2 = \text{Varian total}$$

Variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6 (Ghozali, 2018). Berikut kriteria dalam rumus *Cronbach's Alpha* yang lebih spesifik.

1. Jika nilai *Alpha Cronbach* 0,00 – 0,20, maka tidak reliabel.
2. Jika nilai *Alpha Cronbach* 0,21 – 0,40, maka kurang reliabel.
3. Jika nilai *Alpha Cronbach* 0,41 – 0,60, maka cukup reliabel.
4. Jika nilai *Alpha Cronbach* 0,61 – 0,80, maka reliabel.
5. Jika nilai *Alpha Cronbach* 0,81 – 1,00, maka sangat reliabel.

Tabel 3.4 Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Alpha Cronbach's	Keterangan
Pelayanan Prima	0,818	Sangat Reliabel
Fasilitas	0,690	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,714	Reliabel

Sumber: Lampiran 4

Berdasarkan tabel 3.4 hasil uji reliabilitas variabel pelayanan prima menunjukkan nilai *Alpha Cronbach's* sebesar 0,818, yang dapat dikategorikan sangat reliabel. Sementara itu, variabel fasilitas dan kepuasan pelanggan menunjukkan nilai *Alpha Cronbach's* masing-masing sebesar 0,690 dan 0,714, yang dapat dikategorikan sebagai reliabel. Penelitian ini dinyatakan melebihi nilai standar uji reliabilitas berdasarkan pada nilai *Alpha Cronbach's* yaitu > 0.60, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa instrumen yang pada penelitian ini konsisten walaupun digunakan berulang kali dan digunakan oleh siapapun, dengan begitu data yang dihasilkan akan sama atau hampir sama dari data awal yang diperoleh walaupun dilakukan berulang kali.

3.8 Teknik Analisis Data

3.8.1 Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk mengevaluasi data dengan menggambarkan atau meringkas fakta yang diperoleh dalam keadaan alaminya, tanpa bermaksud menarik kesimpulan atau digeneralisasikan (Sugiyono, 2018). Tujuan dilakukannya analisis statistik ini adalah untuk menunjukkan data dari hasil kuesioner yang bersifat menggambarkan karakteristik tertentu dari responden dan mencakup perhitungan statistik dasar seperti mean, median, modus, deviasi standar, dan tabel distribusi frekuensi jawaban responden untuk setiap pertanyaan dan variabel. Analisis Statistik deskriptif akan memberikan pemahaman awal tentang distribusi data dan karakteristik utama dari sampel penelitian.

3.8.2 Analisis Statistik Inferensi

Statistik inferensial atau analisis inferensial adalah metode yang digunakan untuk membuat kesimpulan berdasarkan sampel yang merepresentasikan populasi. Analisis ini dilakukan dengan menganalisis pengambilan sampel acak dari kumpulan data yang jauh lebih luas, seperti populasi yang lebih besar. Dari situ akan diambil kesimpulan yang diterapkan di seluruh populasi (Sijabat, 2020).

Keakuratan analisis inferensial sangat tergantung pada keakuratan data sampel dan bagaimana itu mewakili populasi yang lebih besar. Hal ini berlaku untuk populasi apapun, seperti sekelompok orang, wilayah geografis, maupun fasilitas perawatan kesehatan. Teknik analisis inferensial memungkinkan *analyst* bekerja dengan sampel yang lebih kecil dibandingkan seluruh populasi. Jumlah sampel yang representatif juga harus cukup besar untuk memberikan hasil yang signifikan secara statistik, tetapi tetap memungkinkan untuk dianalisis (Sijabat, 2020).

3.8.2.1 Uji Regresi Linier Berganda

Regresi linear berganda adalah suatu model regresi yang melibatkan lebih dari satu variabel independen. Tujuan dari analisis regresi linear berganda adalah untuk memahami sejauh mana dan dalam arah apa variabel-variabel independen mempengaruhi variabel dependen (Ghozali, 2018). Model regresi linear akan digunakan untuk mengidentifikasi apakah ada hubungan linier antara variabel independen dan dependen. Dalam konteks penelitian ini, terdapat beberapa variabel bebas yaitu Sikap, Perhatian, Tindakan, Kemampuan, Penampilan, Tanggung Jawab, Afirmasi dan Simpati, berpengaruh pada variabel terikat yaitu Kepuasan Pelanggan. Untuk mengetahui hal tersebut maka peneliti menggunakan analisis berganda sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

3.4 Rumus Regresi Linier Berganda Menurut (Greene, 2003)

Keterangan:

- Y = Kepuasan Pelanggan
- X₁ = Pelayanan Prima
- X₂ = Fasilitas
- a = Nilai konstanta
- b = Koefisien regresi
- e = Epsilon.

Dalam lanjutan pembahasan mengenai analisis regresi linear berganda, perhatian khusus diberikan pada nilai *residual*, terutama *standardized residual*. *Standardized residual* adalah nilai residual yang telah disesuaikan skalanya untuk memiliki mean 0 dan deviasi standar 1. Semakin mendekati nilai 0, menunjukkan bahwa model regresi lebih baik dalam memprediksi. Sebaliknya, jika *standardized residual* menjauhi 0 atau melebihi 1 atau -1, hal ini dapat mengindikasikan keterbatasan model regresi dalam melakukan prediksi yang akurat.

3.8.2.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik pada penelitian ini dirancang untuk mengetahui apakah data yang digunakan sesuai kriteria asumsi klasik. Asumsi klasik membutuhkan tiga kondisi diantaranya data berdistribusi normal, tidak adanya multikolinearitas dan heteroskedastisitas.

1. Uji Normalitas

Menurut (Ghozali, 2018), uji normalitas adalah teknik pengujian untuk mengevaluasi apakah variabel-variabel terpilih berupa variabel bebas dan terikat berdistribusi normal atau tidak. Jika nilai koefisien lebih besar dari 0,05, dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Sebaliknya, jika nilai koefisien kurang dari 0,05 dapat disimpulkan bahwa data tidak memiliki distribusi normal (Ghozali, 2018). Uji normalitas ini berguna untuk memastikan bahwa data memenuhi asumsi dasar dalam analisis statistik tertentu.

2. Uji Heteroskedastisitas

Menurut (Ghozali, 2018), heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Untuk melihat ada atau tidaknya heteroskedastisitas dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID). Cara menganalisisnya adalah:

- a. Dengan melihat titik-titik pola, jika pola teratur maka terdapat heteroskedastisitas.
- b. Jika terdapat pola yang tidak jelas, dan titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadinya heteroskedastisitas.

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Tidak terjadi heteroskedastisitas apabila tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y.

3. Uji Multikolinieritas

Menurut (Ghozali, 2018), uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Hasil uji ini penting karena dapat mempengaruhi ketepatan estimasi parameter regresi dan interpretasi hubungan antar variabel independen. Untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinieritas adalah:

1. Jika antar variabel bebas ada korelasi di atas 0,90 maka hal ini merupakan adanya multikolinieritas.
2. Atau multikolinieritas juga dapat dilihat dari VIF, jika $VIF < 10$ maka tingkat multikolinieritasnya masih dapat di toleransi.

3.8.2.3 Uji Hipotesis

1. Uji Parsial (Uji t)

Pengujian regresi dilakukan dengan melihat t hitung pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2018). Uji ini memungkinkan penulis untuk menentukan apakah setiap variabel independen memiliki dampak signifikan secara terpisah terhadap variabel dependen. Dengan menganalisis uji parsial, penulis dapat memahami kontribusi relatif masing-masing variabel independen dalam memprediksi variabel dependen.

Rumus uji t-parsial sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{n-r}}{\sqrt{1-r^2}}$$

3.5 Rumus Uji Parsial (Uji t) Menurut (Sugiyono, 2018)

Keterangan:

- t = Tingkat t_{hitung} dengan derajat beban $n-1$
 r = Korelasi parsial
 n = Jumlah sampel

Pengujian Uji t digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh masing masing variabel bebas terhadap variabel terikat pada tingkat signifikan $\alpha = 5\%$ (tingkat kepercayaan 95%) dan derajat kebebasan $dk=(n-k-1)$ dimana k = jumlah regresi dan n = jumlah observasi (ukuran sampel). Dalam melakukan uji t, dapat digunakan penyusunan hipotesis yang akan diuji berupa hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a). Dengan cara pengujian uji parsial atau uji t adalah :

1. H_a : Variabel pelayanan prima dan fasilitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kereta Api Indonesia Kuala Stabas Bandar Lampung.
2. H_0 : Variabel pelayanan prima dan fasilitas secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kereta Api Indonesia Kuala Stabas Bandar Lampung.

Dasar pengambilan keputusannya adalah:

1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak.
2. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima.

2. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Ghozali, 2016). Pengujian ini dilakukan pada tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$ (tingkat kepercayaan 95%), derajat kebebasan pembilang $df_1=(k-1)$ serta derajat kebebasan penyebut $df_2 = (n-k)$. Dimana k yang merupakan banyaknya koefisien model regresi linear dan n merupakan jumlah pengamatan.

1. Dalam melakukan uji F, dapat digunakan penyusunan hipotesis yang akan diuji berupa hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a). Dengan cara pengujian uji simultan atau uji F adalah:
 - a. H_a : Variabel pelayanan prima dan fasilitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kereta Api Indonesia Kuala Stabas Bandar Lampung.

- b. H_0 : Variabel pelayanan prima dan fasilitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kereta Api Indonesia Kuala Stabas Bandar Lampung.
2. Dapat melihat dari nilai derajat kepercayaan atau signifikan. Jika derajat kepercayaan $\leq 5\%$ maka hipotesis yang diajukan dapat diterima, namun jika derajat kepercayaan $\geq 5\%$ maka hipotesis ditolak.
 3. Kemudian dapat juga dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} .
Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka hipotesis yang diajukan diterima.
Dasar pengambilan keputusannya menurut adalah:
 - a. Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka H_0 diterima.
Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ H_0 ditolak.
 - b. Jika probabilitas $> 0,05$ maka H_0 diterima.
Jika probabilitas $\leq 0,05$ maka H_0 ditolak.

$$F = \frac{\frac{R^2}{k}}{\frac{1 - R^2}{n - k - 1}}$$

3.6 Rumus Uji simultan (Uji F) Menurut (Sugiyono, 2018)

Keterangan:

R^2 = Koefisien korelasi ganda

K = Jumlah variabel independen

N = Jumlah sampel

3. Uji Koefisien Determinan (R^2)

Menurut (Ghozali, 2018), menyatakan bahwa koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Menurut (Ghozali, 2018), kelemahan mendasar dari penggunaan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Setiap tambahan satu variabel independen, maka R^2 pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Oleh karena itu banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai *adjusted* R^2 pada saat mengevaluasi mana model regresi terbaik. Tidak seperti R^2 , nilai *adjusted* R^2 dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan ke dalam model.

$$R^2 = 1 - \frac{SSE}{SST} = 1 - \frac{\sum(y_i - \hat{y}_i)^2}{\sum(y_i - \bar{y})^2}$$

3.7 Uji Koefisien Determinan (R^2) Menurut (Greene, 2003)

Keterangan :

SSE = Jumlah kuadrat galat

SST = Jumlah kuadrat total

y_i = Observasi responden ke-i

\hat{y}_i = Ramalan respon ke-i

\bar{y} = Rata-rata

Tabel 3.5 Interpretasi Data

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
< 0.200	Hubungannya rendah sekali, lemah sekali
0.200-0.399	Hubungannya rendah, tetapi pasti
0.400-0.599	Hubungannya yang cukup berarti
0.600-0.799	Hubungannya yang tinggi: kuat
0.800-1.000	Hubungan sangat tinggi : kuat sekali

Sumber: (Arikunto, 1998)

V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan terkait pelayanan prima dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan PT Kereta Api Indonesia (Studi Pada Penumpang Kereta Api Kuala Stabas Bandar Lampung), maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Variabel pelayanan prima (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada penumpang Kereta Api Kuala Stabas sebesar 50,6415 atau 50,64%, yang berarti bahwa adanya pelayanan prima yang baik di Kereta Api Kuala Stabas, akan memengaruhi tingkat Kepuasan Pelanggan. Variabel fasilitas (X_2) berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada penumpang Kereta Api Kuala Stabas sebesar 3,87 atau 3,87%, yang berarti bahwa menurut penumpang Kereta Api Kuala Stabas mengenai fasilitas dinilai tidak memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
2. Nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu senilai $58,190 > 3,94$ dan nilai signifikan $0,001 < 0,05$, maka keputusan yang diambil yaitu H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga kesimpulannya yaitu adanya pengaruh signifikan secara simultan antara penerapan pelayanan prima dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan PT Kereta Api Indonesia (Studi Pada Penumpang Kereta Api Kuala Stabas Bandar Lampung).
3. Nilai Nilai R^2 sebesar 0,545 menunjukkan bahwa hubungan antar kepuasan pelanggan variabel pelayanan prima (X_1) dan fasilitas (X_2) adalah cukup berarti. Nilai pelayanan prima (X_1) sebesar 50,64 dan fasilitas (X_2) sebesar 3,87, sehingga menghasilkan nilai R^2 sebesar 54,51 maka kesimpulannya yaitu konstribusi variabel independen sebesar 54,5% dan sisanya 45,5% terdapat pada variabel lain yang tidak dibahas pada penelitian ini.

4. Hasil rekapitulasi tanggapan responden berdasarkan variabel pelayanan prima X_1 , total skor mencapai 4.983 berada dalam kategori setuju dengan jarak interval 4.080 – 5.040.

Hasil rekapitulasi tanggapan responden berdasarkan variabel fasilitas X_2 , total skor mencapai 830 berada dalam kategori setuju dengan jarak interval 680 – 840.

Hasil rekapitulasi tanggapan responden berdasarkan variabel kepuasan pelanggan Y , total skor mencapai 2.471 berada dalam kategori setuju dengan jarak interval .2.040 – 2.520.

5.2 Saran

Setelah mengetahui besarnya pengaruh pelayanan prima dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan PT Kereta Api Indonesia (Studi Pada Penumpang Kereta Api Kuala Stabas Bandar Lampung), maka dari hasil penelitian ini peneliti memberi saran yang menjadi rekomendasi diantaranya:

1. Peningkatan Pelatihan Petugas Kereta Api: Melakukan pelatihan yang teratur untuk meningkatkan keterampilan *interpersonal* dan pelayanan petugas Kereta Api Kuala Stabas, termasuk kemampuan berkomunikasi dengan baik, responsif terhadap kebutuhan pelanggan, dan memberikan solusi secara efisien terhadap masalah yang mungkin timbul.
2. Perbaikan dan Pemeliharaan Fasilitas: Melakukan evaluasi terhadap fasilitas yang ada dan mengidentifikasi area-area yang perlu ditingkatkan atau diperbaiki. Investasi dalam perbaikan dan pemeliharaan fasilitas akan membantu meningkatkan kenyamanan dan kepuasan pelanggan selama perjalanan.
3. Pengumpulan Umpan Balik Pelanggan: Menerapkan sistem pengumpulan umpan balik pelanggan yang efektif, seperti survei secara daring atau kuesioner di stasiun, untuk terus memantau persepsi dan kebutuhan pelanggan terkait dengan pelayanan dan fasilitas. Umpan balik pelanggan dapat menjadi sumber informasi berharga untuk melakukan perbaikan dan inovasi yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan.
4. Untuk PT KAI : agar inisiatif untuk meningkatkan jumlah gerbong di stasiun-stasiun utama. Dengan memperluas kapasitas gerbong, PT KAI dapat memastikan bahwa setiap pelanggan dapat menikmati pengalaman perjalanan yang lebih nyaman dan aman. Keputusan ini tidak hanya memungkinkan peningkatan dalam jumlah penumpang yang dapat dilayani setiap harinya, tetapi juga meningkatkan efisiensi dalam proses perjalanan. Dengan demikian, PT KAI terus berkomitmen untuk berinovasi dan memperluas infrastruktur kereta api, menjadikan transportasi kereta api pilihan utama bagi masyarakat Indonesia yang menghargai kenyamanan, keamanan dan keandalan dalam perjalanan mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus, T. (2021). Implementasi Pelayanan Prima Oleh Customer Service Pada PT Indah Kiat Pulp & Paer Tbk. <https://123dok.com/document/yd7pg5je/implementasi-pelayanan-prima-oleh-customer-service-indah-paper.html>
- Al Hamid, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Ruang Tunggu Terhadap Kepuasan Penumpang Kereta Api Di Stasiun Klaten.
- Apriyadi, D. (2017). Analisis Pengaruh Ketepatan Waktu, Fasilitas Dan Harga Tiket Terhadap Kepuasan Penumpang Kereta Api Di Stasiun.
- Arisandi, D. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Penumpang Pada PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Medan.
- Arikunto, 2017, Metodologi Penelitian. Penerbit PT Rineka Cipta. Jakarta.
- Bahrudin, M., & Zuhro, S. (2016). Pengaruh kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v3i1.1463>
- Daryanto dan Ismanto Setyabudi. (2014). *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Gava Media.
- Fandy, Tjipto & Anastasia, Diana. (2022). *Manajemen dan Strategi Kepuasan Pelanggan*. Yogyakarta: CV Andi Offset
- Fakhri. (2021). Metode Penelitian Purposive Sampling. 2021, 32–41.
- Firmansyah. (2019). Faktor Kepuasan Pelanggan. *Faktor Kepuasan Pelanggan*, 18–38.
- Freddy, Rangkuti. (2017). *Customer Care Excellent Meningkatkan Kinerja Perusahaan Melalui Pelayanan Prima Plus Analisis Kasus Jasa Raharja*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Frimayasa, A., & Administrasi, M. (2017). Konsep Dasar dan Starategi Pelayanan Prima (Service Excellent) Pada Perusahaan. *XVII (1)*, 65– 71.

- Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Heryana, A., & Unggul, U. E. (2020). Hipotesis penelitian. June. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.11440.17927>
- Hidayat, M. F. & W. N. (2022). Pengaruh Fasilitas Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Kereta Api Pasundan Di PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 8 Surabaya (Studi Kasus Pada Penumpang Kereta Api Pasundan).
- Haikal, Fikri. (2021). Daftar Isi (Table Of Content). <https://jurnal.umt.ac.id/index.php/JTransporter>
- Husein, Umar. 2018. Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis. Jakarta:
- Indasari, Meithiana. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya: Unitomo Press.
- Irawan, Y. B. (2016). Pengaruh Pelayanan Prima (Service Excellence) Terhadap Kepuasan Pelanggan di Smesco Mart Al-Hikam Kota Malang. 15(2), 1–23.
- Juliansyah, Noor. (2017). Metodologi Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah. Jakarta: Kencana.
- Kumaidi. (2021). Pengaruh Tingkat Sosial Dan Ekonomi Orang Tua Hasil Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran Al-Qur'an Hadits Di MTS Miftahul Huda III Dawe Kudus Tahun Ajara 2020/2021. 1-3.
- Mukaron, Zaenal dan Wijaya Laksana. (2018). Manajemen Pelayanan Publik. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Peny, Dwi. (2018). Analisis Konsep Produktivitas Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Produktivitas Kerja Karyawan (Studi Literatur). Motor Bakar: Jurnal Teknik Mesin, 2(2), 22–25.
- Payogi, G. (2018). Analisis Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Kereta Penumpang Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam.
- Priansa, Donni. (2017). Manajemen Pelayanan Prima. Bandung: Alfabeta
- Ramadhini. (2022). Indikator kepuasan pelanggan. Journal Ilmiah, 10– 23. <http://repository.stei.ac.id/7345/3/%28BAB%2029.pdf>
- Raharjo, S (2019). Cara Membaca Distribusi Nilai r Tabel Product Moment Lengkap - SPSS Indonesia. <https://www.spssindonesia.com/2019/01/cara-membaca-nilai-r-tabel-product-moment.html>

- Ritonga. (2020). Pelayanan Prima.
- Ryan, Cooper, & Tauer. (2020). Landasan Teori BSI. *Paper Knowledge. Toward a Media History of Documents*, 12–26.
- Sijabat, R. (2020). Modul Statistik Infrensial – Parametrik
- Silvia, F. (2018). Pelayanan Prima Dan Kepuasan Pelanggan Di Kantor Pelayanan Perbendaharaan Negara (KKPN) Makasar II.
- Sudjarwo dan Basrowi. 2009. Manajemen Penelitian Sosial. Bandung: Mandar
- Maju Ismail, Hasan, & Musdalifah. (2018). Pengembangan Kompetensi Mahasiswa Melalui Efektivitas Program Magang Kependidikan. *Jurnal Edumaspul*.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualiting, dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Triana, R. & Z. (2019). Pengaruh Fasilitas Dan Oppinion Leader terhadap keputusan Pembelian Kamar Hotel Ardan bandung.
- Valentino, J. (2013). Pengaruh Pelayanan Prima (Service Excellence) Terhadap Kepuasan Pelanggan di Prima Swalayan Cabang Nganjuk.
- Widyaningrum, D. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Hotel Luminor Mangga Besar Jakarta Barat: Vol. XX.
- Zulkarnain Wildan dan Sumarsono. (2018). Manajemen dan Etika Perkantoran Praktik Pelayanan Prima. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.