

Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro
Jalan Profesor Haji Soedarto, Sarjana Hukum Tembalang Semarang Kotak Pos 1269
Telepon (024) 76480648
Email: administrasi.bisnis@undip.ac.id
PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUTUSAN PENGGUNAAN KERETA API FAJAR UTAMA SEMARANG
RELASI SEMARANG – JAKARTA

Pandu Wijanarko¹, Apriatni Endang P² dan Widayanto³
d2d008059@yahoo.com

ABSTRACT

Price will be considered a person before buying anything. Especially in service's field, quality of service will be an additional consideration for a person before determining a choice of services. PT Kereta Api Indonesia (persero) will certainly pay attention to these two aspects in order to be a leader of mass land transport and become people's choice while many private vehicles increasingly then causing traffic jams on the road. The purpose of this study to determine the effect of price and quality service to the usage-decision of Fajar Utama Semarang train.

This research method is an Explanatory with data collection through interviews, questionnaires and literature study. Accidental and purposive samplings technique is used with a sample of 100 people. Analysis technique used was qualitative and quantitative using validity, reliability test, correlation coefficient, simple and multiple regression analysis, the coefficient determination, cross-tab, and significance test (t test and F test).

Conclusion the study shows the price and service quality simultaneously influence the usage-decision of the passenger. This proved by the correlation coefficient score at 55,7% which in the strong category. Even so the determination coefficient score only at 31%.

A good idea to PT Kereta Api Indonesia (persero) should pay attention to the price comparison with competitors. If the quality are not specifically different, it will greatly affect consumer purchasing decisions. The company also should improve the service quality in order to improve passenger comfort on the trip.

Keywords : *price, service quality, usage-decision, PT Kereta Api Indonesia (persero)*

¹Pandu Wijanarko, Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

²Dra. Apriatni E.P, M.Si, Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

³Widayanto, S.Sos, M.Si, Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

Harga akan menjadi pertimbangan seseorang sebelum membeli sesuatu. Terutama dalam bidang jasa, kualitas pelayanan akan menjadi tambahan pertimbangan seseorang sebelum menentukan pilihan jasa. PT Kereta Api Indonesia (persero) tentu akan memperhatikan kedua aspek tersebut agar dapat menjadi moda transportasi darat massal yang unggulan dan menjadi pilihan masyarakat mengingat semakin lama semakin banyak kendaraan pribadi yang menyebabkan macet di jalan raya. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan kereta api Fajar Utama Semarang.

Metode penelitian ini adalah *explanatory* dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, kuesioner dan studi kepustakaan. Teknik *accidental* dan *purposive sampling* digunakan dengan sampel 100 orang. Teknik analisa yang dipakai adalah kualitatif dan kuantitatif dengan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, koefisien korelasi, analisis regresi sederhana dan berganda, koefisien determinasi, tabulasi silang serta uji signifikansi (uji t dan uji F)

Kesimpulan penelitian menunjukkan harga dan kualitas pelayanan secara simultan mempengaruhi keputusan penggunaan penumpang. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien korelasi sebesar 55,7% yang termasuk dalam kategori kuat. Walau begitu nilai koefisien determinasinya hanya sebesar 31%.

PT Kereta Api Indonesia (persero) ada baiknya memperhatikan perbandingan harga dengan pesaing. Apabila kualitas yang diberikan tidak berbeda jauh dengan pesaing, maka akan sangat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Perusahaan juga sebaiknya meningkatkan kualitas pelayanannya dengan tujuan agar meningkatkan kenyamanan penumpang selama perjalanan.

Kata Kunci : harga, kualitas pelayanan, keputusan penggunaan, PT Kereta Api Indonesia (persero)

PENDAHULUAN

Kemajuan zaman atau yang sekarang disebut globalisasi menuntut mobilisasi manusia yang lebih cepat dibanding era sebelumnya. Hal ini berdampak pada meningkatnya transportasi di jalan raya, baik kendaraan pribadi ataupun kendaraan umum. Tidak berimbangnya antara prasarana dengan kendaraan pribadi/umum menyebabkan terjadinya kemacetan di jalan raya. Lamanya waktu tempuh di jalan raya yang diakibatkan kemacetan membuat orang – orang mulai berpikir untuk beralih ke moda transportasi yang lebih cepat dan bebas hambatan diantaranya adalah kereta api.

PT Kereta Api Indonesia (persero) sebagai salah satu BUMN bidang jasa transportasi hadir menawarkan alternatif bertransportasi bagi masyarakat. Salah satunya kereta api Fajar Utama Semarang dari Semarang ke Jakarta. Namun begitu, realisasi jumlah penumpang antara 2009 – 2013 cenderung mengalami penurunan. Untuk itu PT Kereta Api Indonesia

(persero) perlu menerapkan strategi – strategi untuk menghadapi persaingan bidang transportasi massal agar tidak ditinggalkan konsumennya.

Harga adalah salah satu faktor yang menjadi pertimbangan seseorang sebelum memutuskan untuk membeli/menggunakan barang/jasa tertentu. Penetapan harga oleh perusahaan sangatlah krusial. Menurut Kotler(2001:49) harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat – manfaat karena menggunakan produk atau jasa tersebut. Maka dari itu, penetapan harga yang terlalu tinggi ataupun terlalu rendah nantinya akan mempengaruhi keputusan seseorang untuk menggunakan suatu jasa.

Setelah membayarkan suatu biaya (harga), konsumen akan mengharapkan sesuatu dari biaya yang telah dikeluarkan. Dalam hal kereta api, konsumen menginginkan suatu bentuk pelayanan yang berkualitas atas biaya yang telah dikeluarkan. Menurut Tjiptono(2006:59) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Dengan kata lain, ada dia faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu pelayanan yang diharapkan dan pelayanan yang didapatkan. Dengan kata lain, kualitas pelayanan menjadi pertimbangan konsumen untuk menggunakan suatu jasa. Apabila kualitas pelayanan tidak sesuai harapan, maka bukan tidak mungkin konsumen tersebut beralih ke produk jasa lain.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti ingin mengetahui sejauh mana keputusan penggunaan penumpang Fajar Utama Semarang dengan judul penelitian “PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN KERETA API FAJAR UTAMA SEMARANG RELASI SEMARANG – JAKARTA”.

Berdasarkan penjelasan di atas maka disusunlah pertanyaan – pertanyaan yang berkaitan dengan permasalahan di atas sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh antara harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan kereta api Fajar Utama Semarang?
2. Apakah ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan kereta api Fajar Utama Semarang?
3. Apakah ada pengaruh antara harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan?

KAJIAN TEORI

Harga

Semenjak manusia mengenal uang sebagai alat tukar, maka sejak itulah dikenal istilah harga. Harga merupakan jumlah uang (ditambah beberapa barang jika mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya (Basu Swastha dan Irawan 2008:241)

Menurut Winardi (1975:16) harga adalah suatu tingkat dengan apa sesuatu itu dapat ditukar dengan sesuatu yang lain. Sedangkan Zeithaml (1988) mendefinisikan harga sebagai

besarnya pengorbanan yang dilakukan oleh konsumen untuk memperoleh sebuah bentuk produk atau jasa yang dibutuhkan.

Dari penjelasan para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa harga merupakan suatu bentuk biaya yang dikeluarkan seseorang untuk mendapatkan suatu bentuk produk atau jasa yang dibutuhkan.

Kualitas Pelayanan

Pelayanan adalah suatu aktifitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi karena adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal – hal lain yang disediakan oleh perusahaan penyedia pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan masalah yang dialami konsumen atau pelanggan (Gronroos dalam Ratminto 2005:2).

Sedangkan kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Goets dan Davis 1994)

Jadi, kualitas pelayanan adalah pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sesuai dengan standar pelayanan yang telah dibakukan sebagai pedoman dalam pemberian pelayanan (Goets dan Davis 1994).

Keputusan Penggunaan

Keputusan adalah pemilihan suatu tindakan dari dua atau lebih alternatif (Schiffman dan Kanuk 1994).

Dalam mengambil keputusan, terdapat suatu proses dan struktur yang mendasari diambalnya sebuah keputusan. Menurut Basu Swastha (1982) ketika konsumen membeli produk atau jasa, konsumen melalui proses pemecahan masalah yang melibatkan lima tahap mental, yaitu : Identifikasi Masalah, Pencarian Informasi, Pemilihan Alternatif, Pembelian, dan Penilaian Pasca Pembelian.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan proses pengambilan keputusan banyak dipengaruhi oleh beberapa sebab.

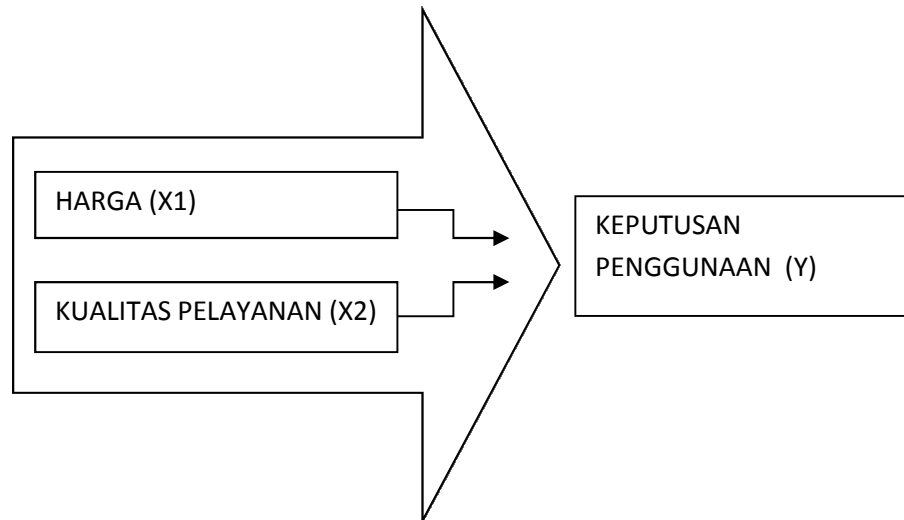
HIPOTESIS

Hipotesis adalah jawaban sementara atas suatu permasalahan berdasarkan pada teori yang kebenarannya masih harus diuji secara empiris (Sugiyono 2008)

Hipotesis penelitian ini antara lain

- a. Diduga ada pengaruh antara harga terhadap keputusan penggunaan kereta api Fajar Utama Semarang
- b. Diduga ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan kereta api Fajar Utama Semarang.
- c. Diduga ada pengaruh antara harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan kereta api Fajar Utama Semarang.

Gambar 1
Model Hipotesis



METODE PENELITIAN

Tipe penelitian yang digunakan adalah *explanatory research* atau penjelasan yaitu penelitian yang digunakan untuk menjelaskan hubungan antara variabel – variabel melalui pengujian hipotesis yang telah dirumuskan (Sugiyono:2008). Metode pengumpulan data menggunakan wawancara dan observasi dengan instrumen pengumpulan data berupa kuesioner.

Skala pengukuran yang digunakan adalah Skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. 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 (Sugiyono, 2010:133).

POPULASI DAN SAMPEL

Populasi dalam penelitian ini adalah penumpang kereta api Fajar Utama Semarang. Karena penumpang kereta api Fajar Utama Semarang jumlahnya tidak diketahui, maka populasi penelitian ini adalah tidak terhingga

Sampel adalah sebagian dari jumlah populasi yang diambil untuk diteliti. Karena populasi penelitian ini adalah tak terhingga maka Fraenkel dan Wallen (1993) menyarankan sampel penelitian ini sebesar 100.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik tersebut mengambil sampel dengan kriteria dan pertimbangan tertentu antara lain.

1. Usia minimal 17 tahun
2. Merupakan penumpang kereta api Fajar Utama Semarang dari Semarang ke Jakarta yang minimal 2 kali dalam 3 bulan terakhir di tahun 2014
3. Dapat diwawancarai.

TEKNIK ANALISIS DATA

1. Uji validitas

Uji validitas bertujuan mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. (Ghozali, 2006:45).

2. Uji reliabilitas

Uji reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat diandalkan. Bila suatu alat pengukur dipakai dua kali untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran yang diperoleh secara konsisten, maka alat pengukur tersebut *reliable* (Sugiyono, 2012:121).

3. Analisis Tabulasi Silang (*Crosstab*)

Menurut Ghozali (2005:21) analisis ini pada prinsipnya menyajikan data dalam bentuk tabulasi yang meliputi baris dan kolom. Analisis ini digunakan untuk mengetahui prosentase kecenderungan hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

4. Analisis Korelasi

Uji korelasi ini digunakan untuk mengetahui kuat tidaknya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Untuk menentukan keeratan hubungan / koefisien korelasi antar variabel.

5. Analisis regresi linier sederhana

Analisis ini digunakan untuk menyatakan hubungan antara masing-masing variabel secara parsial antara harga (X_1), kualitas pelayanan (X_2), dan keputusan penggunaan (Y).

6. Analisis regresi berganda

Regresi berganda merupakan analisis yang digunakan untuk menentukan uji pengaruh antara harga (X_1), kualitas pelayanan (X_2), dan keputusan penggunaan (Y) secara simultan.

7. Koefisien Determinasi (r^2)

Setelah analisis regresi maka dapat dilanjutkan dengan menghitung koefisien determinasi (Sugiyono, 2001:185). Perhitungan ini digunakan untuk mengetahui besarnya prosentase perubahan keputusan penggunaan kereta Fajar Utama Semarang yang dipengaruhi oleh variabel independen (harga (X_1), kualitas pelayanan (X_2)).

8. Uji Signifikansi (uji t)

Pengujian hipotesis ini dimaksudkan untuk menguji apakah variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

9. Uji Statistik F

Pengujian signifikansi persamaan yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (independent) X_1 dan X_2 yaitu harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat (dependent) Y yaitu keputusan penggunaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1
Hasil Penelitian

No	Uji Hipotesis	Hasil				Keterangan Hipotesis
		Korelasi	Determinasi	t Hitung	F Hitung	
1.	Harga Terhadap Keputusan Penggunaan	0,361	0,130	3,835	-	Ha diterima
2.	Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan	0,557	0,310	6,639	-	Ha diterima
3.	Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan	0,557	0,310	-	21,812	Ha diterima

Sumber: dikembangkan untuk penelitian ini, 2014

Berdasarkan hasil penelitian di lapangan, peneliti menemukan gambaran persepsi responden yang beragam mengenai harga tiket kereta Fajar Utama Semarang. Harga tiket yang ditawarkan PT Kereta Api Indonesia (persero) yakni sebesar Rp 120.000,00 – Rp 300.000,00 menurut responden, sesuai dengan manfaat yang didapat. Umumnya responden mengatakan perjalanan mereka lebih cepat jika dibandingkan transportasi darat lainnya. Dalam hal daya beli, harga yang ditawarkan oleh PT Kereta Api Indonesia (persero) dirasa sesuai. Namun begitu, terdapat pula beberapa responden yang menyatakan harga yang ditawarkan tidak sesuai. Ketidak sesuaian ini dipengaruhi oleh tingkat pendidikan, jenis pekerjaan dan pendapatan masing – masing responden yang berbeda. Layanan yang didapat di dalam kereta menurut responden juga cukup sesuai.

Sehingga dalam penelitian ini bagi responden yang mempersepsikan harga cukup sesuai maka keputusan penggunaannya hanya sampai pada batas cukup baik. Hal ini menandakan penelitian ini mendukung teori yang ada

Berdasarkan hasil penelitian di lapangan, peneliti menemukan gambaran persepsi responden yang beragam mengenai kualitas pelayanan kereta Fajar Utama Semarang. Menurut Phillip Kotler (1997:112) pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. Oleh karena itu kualitas pelayanan merupakan hal yang sangat penting sebagai pertimbangan responden dalam menggunakan kereta api Fajar Utama Semarang. Penelitian ini melihat bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi keputusan penggunaan penumpang dapat diketahui dari dimensi kualitas pelayanan yaitu keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti langsung. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa secara umum kualitas pelayanan kereta api Fajar Utama Semarang dipersepsikan baik oleh responden.

Sehingga dalam penelitian ini bagi mereka yang mempersepsikan kualitas pelayanan baik maka keputusan penggunaannya juga baik. Hal ini menandakan penelitian ini mendukung teori yang ada

Harga tiket dan kualitas pelayanan merupakan faktor – faktor yang berpengaruh terhadap keputusan penggunaan. Harga yang sesuai dan kualitas pelayanan yang baik akan mempengaruhi keputusan penggunaan konsumen. Dalam penelitian ini menunjukkan hasil yang signifikan antara harga tiket dan kualitas pelayanan secara bersama – sama terhadap keputusan penggunaan kereta api Fajar Utama Semarang. Hal tersebut bisa dilihat dari frekuensi penggunaan kereta yang umumnya cukup sering dan kemantapan memilih karena tidak memerlukan banyak pertimbangan sebelum menggunakan kereta. Umumnya responden setuju menjadikan kereta api Fajar Utama Semarang sebagai prioritas pilihan dan memberikan rekomendasi kereta api Fajar Utama Semarang ke orang lain

KESIMPULAN

Kesimpulan penelitian ini adalah:

1. Harga tiket kereta api Fajar Utama Semarang berdasarkan persepsi responden adalah cukup baik. Hasil analisis uji t menunjukkan ada pengaruh harga terhadap keputusan penggunaan. (t tabel 3,835 > t hitung 1,661)
2. Kualitas pelayanan kereta api Fajar Utama Semarang berdasarkan persepsi responden adalah baik. Hasil analisis uji t menunjukkan ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan. (t tabel 6,639 > t hitung 1,661)
3. Hasil uji F antara harga dan kualitas pelayanan kereta api Fajar Utama Semarang menunjukkan ada pengaruh terhadap keputusan penggunaan (F hitung 21,812 > F tabel 3,090)

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, maka saran yang dapat disampaikan penulis kepada PT Kereta Api Indonesia (persero) Daop 4 Semarang adalah sebagai berikut:

1. Pada Variabel Harga
Saran yang dapat diberikan kepada PT Kereta Api Indonesia (persero) Daop 4 Semarang mengenai harga yaitu: Harga untuk ditinjau kembali, agar nantinya mampu bersaing dengan moda transportasi lain.
2. Pada Variabel Kualitas Pelayanan
Saran yang dapat diberikan kepada PT Kereta Api Indonesia (persero) Daop 4 Semarang mengenai kualitas pelayanan yaitu:
 - a. Keamanan di dalam kereta untuk dapat ditingkatkan lagi.
 - b. Perawatan dan pemeliharaan kereta dengan lebih intensif agar penumpang merasa lebih nyaman.
 - c. Petugas pelayanan di dalam kereta untuk lebih meningkatkan kinerjanya dalam mengatasi keluhan penumpang.
 - d. Dalam berkomunikasi dengan calon/penumpang, hendaknya terdengar jelas dan mudah dipahami oleh calon/penumpang. Untuk itu diperlukan sarana komunikasi yang memadai.

- e. Mengenai kebersihan, disarankan untuk lebih tersistem dengan baik, sehingga kebersihan kereta Fajar Utama Semarang bisa lebih optimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali, Imam. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate*. Semarang: BP Undip
- Kotler, Philip. (2003). *Dasar-dasar Pemasaran; Jilid 1; Edisi kesembilan*. Jakarta: Indeks
- _____. (2005). *Manajemen Pemasaran Edisi Kesebelas Jilid 1*. Jakarta: Indeks
- R. Cooper, Donald dan C. William Emory. (1996). *Metode Penelitian Bisnis Jilid 1*. Jakarta: Erlangga
- Saladin, Djaslim. (2006). *Manajemen Pemasaran Edisi Keempat*. Bandung: Linda Karya
- Sarwono, Jonathan (2006). *SPSS 14 Panduan Cepat dan Mudah*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Soemarso SR, Drs. (1993). *Peranan Harga Pokok dalam Penentuan Harga Jual (2nd ed.)*. Jakarta: Rineka Cipta
- Sumarwan, Ujang. (2002). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapan Dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Swastha, Basu dan Irawan. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. (2006). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: CV Andi Offset