

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT KERETA API INDONESIA (PERSERO) DIVISI REGIONAL II SUMATRA BARAT PADANG PARIAMAN

Oleh

Yulia Ningsih¹ & Suryalena²

Yuliacancern@yahoo.com

¹Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis FISIP Universitas Riau

²Dosen Program Studi Administrasi Bisnis Fisip Universitas Riau

Yulia Ningsih¹ & Suryalena²

¹*Studies of business Administration Faculty of Social studies, University Of Riau*

²*Lecturer of business Administration Faculty Of Social Studies, University of Riau*

Abstract

This research was conducted in Sumatra Barat Kereta Api Indonesia, This research aims to determine the effect of service quality toward satisfaction. Service quality as independent as independent variable (x) and satisfaction as independent variable (y)

The research sample are 100 responen of the population by using the slovin formula. Data was obtained from the questionnaire and subsequently processed to then be tested with the help of statistics through SPSS. The result of calculation of the determination coefficient is 0,533. It means, service quality affects satisfaction is 55,3% in. PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatra Barat Padang Pariaman

Keywords: Service quality, Satisfaction

PENDAHULUAN

Perusahaan jasa saat ini berkembang dengan sangat cepat. Persaingan yang terjadi saat ini sangat kompetitif dalam bidang perusahaan ini. Pelayanan yang diberikan antara satu penyedia jasa dengan pemberi jasa lainnya sangat bervariasi yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumennya. Salah satu perusahaan jasa yang berkembang dengan sangat cepat saat ini adalah jasa transportasi. Didalam mencapai tujuan yang berorientasi pada kepuasan konsumen, kinerja perusahaan akan menentukan persepsi konsumen terhadap pelayanan yang diberikan. Kereta api merupakan salah satu fasilitas pelayanan transportasi yang memiliki peran yang sangat strategis dalam upaya mempercepat peningkatan pengurangan kemacetan. Kereta api dalam menawarkan jasa harus berupaya memberikan pelayanan terbaik kepada pengguna kereta

api dan memberikan perbedaan serta karakteristik masing-masing. Pengguna kereta api sangat teliti menyeleksi dan sangat memperhitungkan jenis pelayanan yang diberikan pihak kereta api tersebut, sehingga hal ini merupakan sebuah tantangan dalam perkembangan perusahaan kereta api. Pengguna kereta api mengharapkan untuk memperoleh pelayanan /service yang maksimal dari para penyedia jasa yang menyediakan service yang memuaskan harapan mereka atau bahkan melebihi harapan mereka . Oleh karena itu, manajemen dari PT kereta api perlu untuk selalu meningkatkan pelayanan kepada pengguna kereta api.

Menurut Parasuraman (1997) Kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi

harapan konsumen. Terdapat dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu *expected service* dan *perceived service*. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya, jika jasa yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas dipersepsikan buruk. Dengan demikian, baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.

Perusahaan jasa PT kereta api sebagai salah satu jasa dalam dunia pemasaran dituntut dalam memberikan kualitas optimal atas kinerja yang diberikan kepada pengguna kereta api karena pengguna kereta api akan menggunakan penilaian yang subjektif atau membentuk persepsi langsung terhadap perusahaan atau penyedia jasa yang bersangkutan.

Bisnis Kereta Api Indonesia merupakan (KAI) merupakan persero sebagai penyedia jasa transportasi darat yang mempunyai tingkat kepadatan tinggi di Indonesia, selalu berusaha memberikan keselamatan, ketepatan waktu, pelayanan dan kenyamanan yang terbaik bagi penumpang. Menurut PPI RI. NO.72 (2009), pelayanan minimum untuk sistem udara pada kereta api kelas ekonomi berupa kipas angin atau *exhaustfan* dan kapasitas penumpang maksimal sebesar 106 penumpang atau 42 penumpang lebih banyak dari kereta api kelas bisnis.

Besarnya kapasitas penumpang pada kereta kelas ekonomi mempengaruhi salah satu faktor kenyamanan termasuk pada *vehicle* atau kereta api yaitu pada sistem udara (*ventilation factor*) (Gabriel Haller, 2006).

Keefektifan ventilasi dalam mengkondisikan udara dipengaruhi oleh variabel fisis seperti temperatur udara, *meant radian temperatur* atau temperatur dalam gerbong, kecepatan udara dan kelembapan (R. Musat, 2009).

Perkembangan Kereta Api memberikan pelayanan terbaik bagi pengguna kereta api, serta kepuasan pelanggan merupakan kunci terbaik dalam menciptakan loyalitas pelanggan. Banyak manfaat yang diterima oleh perusahaan kereta api dengan tercapainya tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi, selain dapat meningkatkan loyalitas pelanggan tapi juga banyak mencegah terjadinya kemacetan tinggi. Mengurangi sensitivitas pelanggan terhadap harga, keputusan perusahaan melakukan tindakan perbaikan pelayanan yang sistematis merupakan payung yang menentukan dalam menindak lanjuti komplain konsumen. Di Indonesia, khususnya di daerah Padang kereta api merupakan salah satu angkutan darat yang banyak diminati masyarakat, hal ini dikarenakan biaya yang relatif dan waktu tempuh yang cepat dibandingkan angkutan darat lainnya. Oleh karena itu, diperlukan penjadwalan yang tepat agar dapat mengoptimalkan perjalanan kereta api.

Sistem penjadwalan kereta api merupakan masalah yang tidak mudah untuk di pecahkan karena harus memperhatikan banyak aturan dan batasan, salah satunya adalah jalur yang digunakan merupakan jalur tunggal yaitu jalur yang digunakan untuk dua arah yang berbeda.. Dimana jadwal berisi tentang waktu kedatangan dan waktu keberangkatan kereta api pada setiap stasiun yang dilewati kereta api tersebut.

Saat ini banyaknya terdapat tempat wisata yang ada di Sumatera Barat khususnya daerah Padang Pariaman, salah satunya kereta api merupakan alat transportasi yang lebih mudah di jangkau oleh masyarakat untuk berpergian ke tempat wisata yang dikunjungi di Padang Pariaman, selain itu kereta api juga memberikan kemudahan bagi penumpang kereta api dengan harga tiket jauh lebih murah dibandingkan dengan alat transportasi yang lainnya. Kereta api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat Padang Pariaman

merupakan kereta api kelas ekonomi yang melayani koridor Padang-Pariaman .

Kereta Api ini berada dibawah kendali divisi regional II Sumatra barat, Stasiun pemberhentian pertama setelah kota Padang adalah stasiun Tabing. Cukup banyak juga penumpang yang naik ke kereta api dari stasiun ini, hal ini mungkin dikarenakan posisi dari stasiun tersebut yang sangat berdekatan dengan jalan utama yang menghubungkan antara bandara Minangkabau dengan kota Padang, sehingga akan memudahkan penumpang untuk melanjutkan perjalanan berikutnya dengan kereta api ke daerah lain ataupun sebaliknya turun dari kereta api bisa langsung naik angkot / bis menuju tempat lainnya. Bahkan sebagian besar dari posisi rel Kereta Api sepanjang lintas ini bersebelahan dengan jalan raya. Kereta api yang datang dari padang harus singgah di stasiun selanjutnya stasiun duku, lubuk alung, pauh kamar, kuraitaji hingga perberhentian terakhirnya di stasiun pariaman, begitu juga selain stasiun yang ada juga yang harus disinggahi kereta tersebut dengan tempat pemberhentian yang ada 8 tempat pemberhentiannya, dimana diantaranya pasar alai, air tawar, tabing, lubuk buaya, duku, lubuk alung, pauh kamar dan kuraitaji.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas pelayanan

Defenisi kualitas pelayanan terpusat pada upaya pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen. Parasuraman dan Pujawan (1997) yang dikutip dalam Hanif Mauludin (2004) mengemukakan bahwa “ kualiatas pelayanan sebagai hasil persepsi dari perbandingan antara harapan pelanggan dengan kinerja *actual* pelayanan “ dengan kata lain ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa, yaitu *expented service* (pengalaman yang diharapkan) dan *perceived service* (pelayanan yang diterima).

Kepuasan Konsumen

Menurut Kootler dan Amstrong (2001) bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan setelah membandingkan kinerja (atau hasil) suatu produk yang dirasakan dengan harapan pembeli, jadi tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan.

Rangkuti (2003) juga menambahkan bahwa kepuasan konsumen adalah respon konsumen terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakan setelah pemakaian.

Kunci keputusan konsumen berkaitan dengan kepuasan konsumen terhadap penilaian produk barang dan jasa. kerangka kepuasan konsumen terletak pada kemampuan *supplier* dalam memenuhi kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen sehingga penyampaian produk, baik barang maupun jasa oleh *supplier* sesuai dengan harapan konsumen . selain faktor-faktor tersebut di atas, dimensi waktu juga mempengaruhi tanggapan persepsi konsumen terhadap kualitas produk, baik barang maupun jasa. Hawkins dan Looney dalam Tjiptono (2004)

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan diwilayah Sumatra Barat, dengan objek penelitian di yaitu pada PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatra Barat Padang Pariaman yang terletak di jalan . stasiun padang kec. Padang Timur Kel. Simpang Haru Padang.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Kereta Api Indonesia yang berjumlah 100 orang, untuk menentukan sampel dari suatu populasi dapat digunakan model regresi linier sederhana

$$Y = a + bx$$

Dimana:

Y = variabel terikat (Kepuasan konsumen)

X = variabel bebas (Kualitas pelayanan)

a = nilai konstan

b = koefisien arah regresi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis ini dimaksudkan untuk menguji keberartian pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variabel. Apabila $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka hipotesis diterima. Untuk menghitung distribusi t tabel sebagai berikut :

Penjelasan

$$t = N - k = 100 - 2 = 98$$

N : jumlah responden

k : seluruh variabel dependen dan independen

Dan pada tabel distribusi t terdapat 2 sisi yakni sisi satu arah dan sisi dua arah. Untuk mengetahui berapa angka yang digunakan pada setiap sisi pada tabel distribusi maka dilakukan perhitungan sebagai berikut :

Pada penelitian ini signifikansi nya ialah 5% atau 0,05 yang dinyatakan sebagai sisi satu arah dan sisi dua arah nya ialah $5\% : 2 = 2,5\%$ atau 0,025. T tabel adalah sebesar 1,984. Berikut penjelasan mengenai pengaruh secara parsial pada kedua variabel

Berdasarkan hasil pengolahan data yang ditunjukkan pada tabel 4.10 diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 10,574 dengan nilai signifikansi 0,000 serta t_{tabel} 1,984. Nilai signifikansi $0,000 \leq 0,05$ serta t_{hitung} 10,574 $\geq 1,984$ t_{tabel} . Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal ini berarti H_1 diterima, artinya ada

pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Sesuai dengan perumusan masalah dan hipotesis maka penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen (Pada PT KERETA API INDONESIA (Persero) Divisi Regional II Sumatra Barat Padang Pariaman), dari penelitian ini , menyimpulkan sebagai berikut:

1. Setelah dilakukan penelitian terhadap variabel kualitas pelayanan yang dapat diketahui bahwa secara keseluruhan kualitas pelayanan sudah dinilai baik oleh konsumen, namun pihak perusahaan harus lebih meningkatkan kualitas pelayanan PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatra Barat Padang Pariaman
2. Setelah dilakukan penelitian terhadap kepuasan konsumen dapat diketahui bahwa secara keseluruhan sudah baik, karena fasilitas-fasilitas penunjang lainnya memiliki kualitas bagus.
3. Dari hasil penelitian kualitas pelayanan dari lima (tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy) secara bersama-sama menunjukkan hasil yang signifikan terhadap kepuasan konsumen yang berarti dimensi kualitas pelayanan memberikan pengaruh yang nyata terhadap kepuasan konsumen

Saran

Dari hasil penelitian , ada beberapa saran yang dapat dikemukakan menyangkut pengaruh kualitas pelayanan yang digunakan sebagai sumbangan dimana yang akan datang. adapun saran penulis yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. untuk meningkatkan kepuasan konsumen , KAI (Persero) Divisi Regional II Sumatra Barat Padang Pariaman lebih memperhatikan keinginan konsumen ,misalnya dengan mengadakan sosialisasi atau promosi

- pemesanan tiket pergerbongnya,, dengan harga bersubsidi
2. Kepada KAI (Persero) Divisi Regional II Sumatra Barat Padang Pariaman agar dapat lebih meningkatkan kualitas pelayanan penambahan rute perjalanan, menambahkan jadwal keberangkatan kereta pada kereta api agar konsumen merasa puas sehingga hal tersebut dapat menjadi keunggulan KAI dibandingkan transportasi lainnya.
 3. Untuk kedepannya ada baiknya jika pihak Perusahaan perlu melakukan strategi peningkatan kualitas produk, seperti mengidentifikasi keluhan konsumen . hal ini pastinya akan mampu meningkatkan kepuasan konsumen.
 4. Agar kepuasan konsumen semakin meningkat, maka pihak perusahaan perlu memperhatikan apa saja yang dibutuhkan oleh konsumen, seperti melengkapi fasilitas penunjang lainnya, seperti: penambahan kereta api, penambahan jadwal keberangkatan, dan penambahan jam kepulangan sampai batas waktu jam 10 malam.

DAFTAR PUSTAKA

- Arief. 2006. *Pemasaran jasa dan Kualitas Pelayanan*. Malang. Banyuwangi Publishing
- Assauri, Sofyan, 2002. *Manajemen Pemasaran* (Dalam Konsep dan Strategi), Jakarta. PT . Raja Grafindo Persada
- Husein Umar, 2003. *Metode Riset Bisnis*, Jakarta . PT Gramedia Pustaka
- Kotler, Philip, 2006, *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium, Prenhanlindo, Jakarta
- Kotler, Philip Dan Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua Belas. Erlangga : Jakarta
- Kotler, Philip Dan Kevin Lane Keller, 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketiga Belas. Erlangga: Jakarta
- Parasuraman , ET AL. 1985. *Pelayanan Pelanggan yang Sempurna*. Kunci ilmu. Yogyakarta
- Riduwan & Sunartao, H, 2007. *Pengantar Statiska*. Bandung : Alfabeta
- Sugiono, 2004. *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung : Alfabeta
- Sugiono, 2005. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif* , Bandung : Alfabeta
- Tjiptono. 2002. *Prinsip-prinsip Total Quality Service* . Yogyakarta. Penerbit Andi
- Tjitono,2005. *Pemasaran Jasa*. Malang. Bayumedia Publishing
- Tjiptono, Fandy dan Grwgorius Chandra, 2007. *Service, Quality, & Satisfaction*, Edisi Ketiga, Andi: Yogyakarta
- Umar, Husein. 2011. *Metode Penelitian untuk Skripsi Dan tesis Bisnis*, Jakarta rajawali press.