

**PENGARUH KUALITAS JASA PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN**

Aryo Wibisono<sup>1</sup>  
Syahril<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Dosen Program Studi Manajemen, Universitas Wiraraja  
[aryo.wibisono45@gmail.com](mailto:aryo.wibisono45@gmail.com)

<sup>2</sup>Dosen Program Studi Akuntansi, Universitas Wiraraja  
[syahril49@yahoo.co.id](mailto:syahril49@yahoo.co.id)

**ABSTRACT**

*PT. Indonesia Railways is an enterprise transportation service provider, where the modes of transportation are often used by consumers to travel long distances, and the price of transport service providers are not too different, then they (the companies) should be thinking how to grab share of existing market, so that the company will make profits. Therefore companies must compete on service providers to satisfy customers. Therefore there is need for research that is applied by using SEM methods (Structural Equation Modeling) in view of the customer and more towards the GAP analysis of the difference between reality and the difference is desired by consumers. With this then, can provide input to the company to consider the factors that correlate to customer satisfaction, so that the company's strategy in the form of customer satisfaction is more focused and effective. The results showed that the variables have a significant influence on complaint of customer satisfaction trains, and there was a GAP between reality and expectations of customers, so customers do not feel satisfied with the services already provided from these transport service.*

**Keywords:** Customer satisfaction, SEM (structural equation modeling), GAP Analysis.

**PENDAHULUAN**

Pada dekade terakhir, permintaan terhadap peningkatan kualitas jasa pelayanan transportasi yang ditawarkan semakin mendapatkan banyak perhatian bagi perusahaan. Hal ini disebabkan karena kualitas jasa pelayanan dapat digunakan sebagai alat untuk mencapai keunggulan kompetitif. Dengan adanya peningkatan kualitas jasa pelayanan yang baik maka dapat menimbulkan suatu kepuasan pelanggan, dan berkemungkinan besar akan menarik pelanggan baru. Oleh karena itu Industri penghasil jasa transportasi dihadapkan pada tantangan

yang cukup berat. Pelanggan meningkatkan tuntutan akan kualitas. Kecenderungan ini kiranya akan diperkuat oleh tekanan persaingan di masa mendatang. Setiap pelaku bisnis yang ingin memenangkan kompetisi dalam dunia industri akan memberikan perhatian penuh pada kualitas. Pelanggan tidak hanya membeli suatu produk, tetapi juga segala aspek jasa atau layanan yang terdapat pada produk tersebut. Perusahaan harus melakukan peningkatan kualitas secara terus-menerus sehingga dapat menghasilkan jasa yang sesuai dengan standarisasi dan mencapai hasil jasa yang optimum.

Kepuasan pelanggan adalah suatu keadaan dimana keinginan, harapan dan kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi.

Dalam penelitian ini difokuskan pada penyedia layanan jasa transportasi, yaitu pada transportasi Kereta Api. Menurut Admin. (2007), permasalahan yang dihadapi perkeretaapian nasional saat ini tidak mudah diselesaikan. Perkeretaapian nasional menghadapi permasalahan yang serius akibat terjadinya berbagai akumulasi permasalahan baik dari dalam maupun luar sistem. Selain itu perkeretaapian nasional juga menghadapi berbagai tantangan perubahan lingkungan eksternal yang berkembang semakin kompleks dan berlangsung cepat. Di sisi lain, pesatnya perubahan lingkungan eksternal dan perkembangan global baik dari aspek teknologi, ekonomi, sistem informasi, dan desentralisasi, menyebabkan semakin tingginya tuntutan terhadap akuntabilitas, efisiensi dan kualitas pelayanan. Masalah kelembagaan yang dihadapi perkeretaapian terutama pada sistem birokrasi diantaranya banyaknya instansi pemerintahan yang terlibat. Penyelenggaraan industri jasa perkeretaapian termasuk manajemen pengoperasian dan pelayanan masih dilakukan secara monopoli. Dari aspek finansial dan ekonomi, masalah perkeretaapian umumnya sama yang

dihadapi oleh sistem perkeretaapian negara lain. Kendala tersebut pada umumnya terdiri dari defisit pendanaan, kebutuhan subsidi yang semakin besar, serta kebutuhan biaya investasi yang besar.

Bedasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2010. selama Januari-Desember 2010 jumlah penumpang kereta api mencapai 203,4 juta orang atau turun 1,75 persen dibanding periode yang sama tahun 2009 sebesar 207,0 juta orang. Oleh karena itu diperlukan adanya standar untuk mengukur pelayanan perusahaan tersebut. Salah satu standar yang dapat digunakan adalah mengukur tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan variable-variabel komplain, kualitas pelayanan, citra, harga, dan kompetisi .

Komplain adalah sikap pelanggan yang merasa tidak puas dengan kinerja jasa atau perusahaan tertentu. Sedangkan secara obyektif kualitas adalah suatu standar khusus dimana kemampuannya (*availabilit*), kinerja (*performance*), kendalanya (*reliability*), kemudahan pemeliharaan (*maintainability*) dan karakteristiknya dapat diukur.

Kotler (2009) mendefinisikan citra sebagai seperangkat keyakinan, ide, dan kesan bahwa seseorang memegang tentang obyek. Citra merupakan persepsi masyarakat terhadap produk atau

perusahaan. Citra yang baik dari suatu organisasi akan memberikan dampak yang menguntungkan, sedangkan citra yang jelek akan merugikan organisasi. Citra dikatakan baik, apabila masyarakat atau khususnya konsumen memiliki kesan positif terhadap suatu organisasi begitu pula sebaliknya. Pemahaman itu sendiri muncul karena adanya informasi.

Kompetisi menurut Aditama (2005), kompetisi menyangkut tujuan persaingan, dimana dalam kompetisi mencoba mendapatkan bagian yang lebih besar untuk penghargaan yang tersedia dari anggota-anggota lain dalam kelompok. kompetisi merupakan suatu perbuatan atau pertandingan dimana individu mencoba untuk menyaingi atau melebihi yang lain atau untuk mendapatkan obyek, pengakuan, gengsi, hasil kerja atau kehormatan serta prestasi dari orang lain. Pendapat Jersild tersebut didukung oleh Kamus Besar Indonesia Kontemporer (1991: 1304) yang menyatakan kompetisi kerja atau yang lazim dikenal persaingan adalah usaha perseorangan atau badan usaha untuk memperlihatkan keunggulan.

Dari berbagai pendapat diatas dapat dikatakan bahwa kompetisi adalah suatu perbuatan atau pertandingan yang

dilakukan dengan usaha keras berkaitan dengan tujuan perorangan, dimana individu berusaha untuk menyamai atau melebihi orang lain untuk memperlihatkan keunggulan sehingga mendapat obyek, pengakuan, gengsi, dan kehormatan dari orang lain. Dalam mengukur suatu kompetisi belum ditemukan sebuah indikator yang pasti untuk mengukurnya, oleh karena itu dalam penelitian ini indikator yang dipakai dalam mengukur kompetisi diambil dari indikator variabel yang lain, setidaknya indikator tersebut dapat menggambarkan tentang kompetisi.

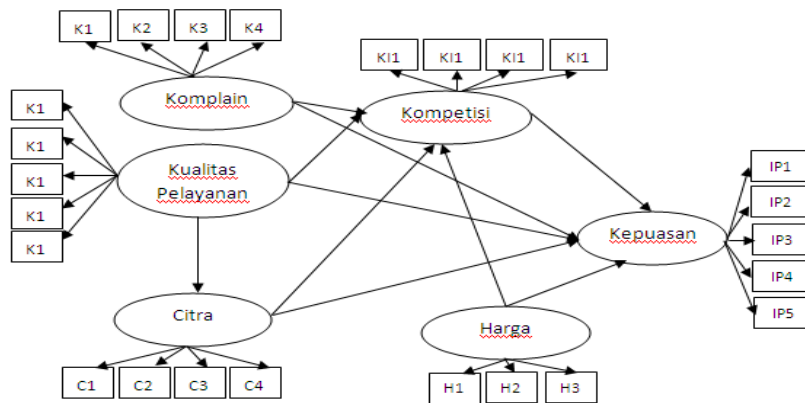
#### METODE PENELITIAN

Untuk mengetahui apakah variable komplain, kualitas pelayanan, citra, harga, dan kompetisi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dapat digunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM). Responden yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah pengguna jasa layanan transportasi kereta api eksekutif jurusan Surabaya-Jakarta. Instrumen pengumpul data yang digunakan adalah angket tertutup dengan variable-variabel dan indikator-indikator sebagai berikut :

**Tabel 1. Variabel Laten dan Indikator**

Variabel Laten	Indikator	Keterangan
Komplain	K1	Empati
	K2	Kecepatan
	K3	Keadilan
	K4	Kemudahan menghubungi perusahaan
Kualitas Pelayanan	KP1	Keandalan
	KP2	Daya Tanggap
	KP3	Jaminan
	KP4	Perhatian
	KP5	Tampilan Fisik
Citra	C1	<i>Reputation</i>
	C2	<i>General price</i>
	C3	<i>Reliability</i>
	C4	<i>Professionalism</i>
Harga	H1	<i>Move-in cost</i>
	H2	<i>Attractiveness of alternatives</i>
	H3	<i>Interpersonal relationship</i>
Kepuasan Pelanggan	IP1	Karakteristik Produk
	IP2	Harga
	IP3	Pelayanan
	IP4	Lokasi
	IP5	Fasilitas
Kompetisi	KI1	Harga
	KI2	Fasilitas
	KI3	Kecepatan
	KI4	Jaminan

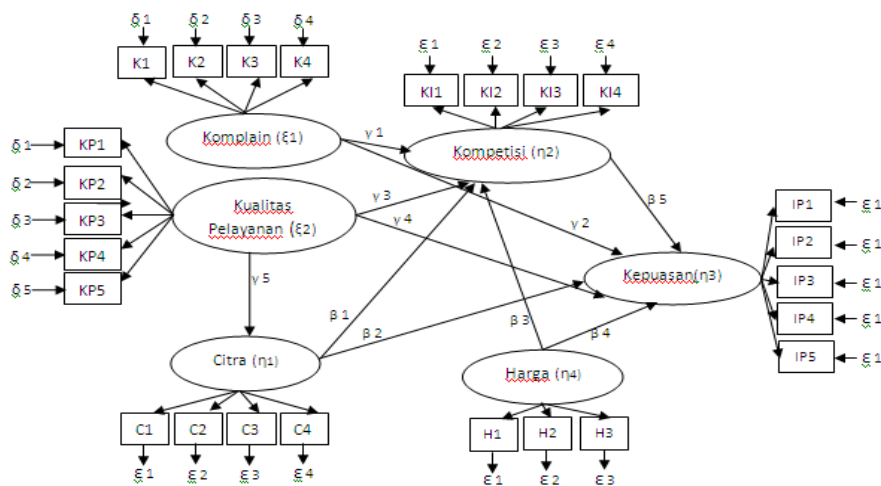
Model struktural yang dapat digunakan adalah :



Gambar 1. Model Struktural

Spesifikasi model dilakukan untuk menunjukkan hubungan antar variabel-variabel yang akan dianalisis. Model pengembangan dibentuk dalam sebuah *path diagram* yang

menggambarkan hubungan antara variabel-variabel yang akan dianalisis. Pada tahap ini dilakukan pembentukan hipotesis penelitian berdasarkan antar variabel laten yang akan diteliti.



Gambar 2. Spesifikasi Model Struktural

Keterangan :

**Tabel 3. Variabel dan Indikator Variabel**

Notasi	Keterangan
$\xi$ (psi)	Variabel laten eksogen (variable independent)
$\eta$ (eta)	Variabel laten endogen (variable dependen)
$\gamma$ (gamma)	Hubungan langsung variable eksogen terhadap variable endogen
$\beta$ (beta)	Hubungan langsung variable endogen terhadap variable endogen
X	Indikator variable eksogen
Y	Indikator variable endogen

Berdasarkan Gambar 2 dapat ditentukan Hipotesis penelitian sebagai berikut :

- a) Komplain berkorelasi positif terhadap kepuasan
- b) Komplain berkorelasi positif terhadap kompetisi
- c) Kualitas pelayanan berkorelasi positif terhadap kompetisi
- d) Kualitas pelayanan berkorelasi positif terhadap kepuasan
- e) Kualitas pelayanan berkorelasi positif terhadap citra
- f) Citra berkorelasi positif terhadap kompetisi
- g) Citra berkorelasi positif terhadap kepuasan
- h) Harga berkorelasi positif terhadap kompetisi
- i) Harga berkorelasi positif terhadap kepuasan
- j) Kompetisi berkorelasi positif terhadap kepuasan

Ukuran sampel yang harus dipenuhi dalam pemodelan ini minimum 100 dan digunakan 5 observasi untuk setiap estimated parameter. Setelah didapatkan jumlah sampel maka dilakukan perancangan kuisisioner, kuisisioner dirancang berdasarkan indikator yang digunakan. Selanjutnya dilakukan penyebaran kuisisioner sejumlah sampel yang dibutuhkan. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer. Metode pengumpulan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode angket. Populasi adalah pelanggan yang pernah menggunakan jasa transportasi kereta api jurusan Surabaya-jakarta.

Dalam tahap ini, indikator pada masing-masing variabel, baik variabel endogen maupun eksogen akan diukur berdasarkan jawaban responden atas pertanyaan dalam kuisisioner dengan skala *likert* (skala interval). Skala jenis

ini, dibuat pertanyaan-pertanyaan menyangkut karakteristik objek yang dapat mempengaruhi sikap seseorang terhadap objek tersebut. Lima kategori kuesioner adalah sebagai berikut:

1. Sangat Tidak Setuju (STS) diberi  $\surd$  pada kolom 1
2. Tidak Setuju (TS) diberi  $\surd$  pada kolom 2
3. Cukup Setuju (CS) diberi  $\surd$  pada kolom 3

4. Setuju (S) diberi  $\surd$  pada kolom 4
5. Sangat Setuju (SS) diberi  $\surd$  pada kolom 5

## HASIL PEMBAHASAN

### Analisis Demografi Responden

Berdasarkan jenis kelamin, pekerjaan, gaji perbulan serta frekuensi naik kereta api yang digunakan. Berikut ini adalah karakteristik responden berdasarkan jenis kelaminnya :

**Tabel 4. Jenis Kelamin Responden**

Jenis Kelamin	Laki-laki	Wanita
Jumlahnya	79	46

**Tabel 5. Pekerjaan Responden**

Pekerjaan	Mahasiswa	PNS	Pegawai Swasta	Wiraswasta
Jumlahnya	38	27	37	23

**Tabel 6. Pendapatan Perbulan Responden**

Penghasilan	<1jt	1 s/d 3jt	>3jt
Jumlahnya	39	50	36

**Tabel 7. Frekuensi Responden Naik Kereta Api**

Kereta Api	
< 3	> 3
34	91

**Tabel 8. Usia Responden**

Usia	20-30Tahun	31-40Tahun	≥41Tahun
Frekuensi	82	31	12

Berdasarkan tabel 4 dapat diketahui bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini adalah laki-laki yaitu sebanyak 79 orang (63%) sedangkan sisanya sebanyak 46 orang (37%) adalah perempuan. Berikut ini adalah karakteristik responden berdasarkan pekerjaannya.

Berdasarkan tabel 5. dapat diketahui bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini memiliki pekerjaan sebagai mahasiswa yaitu sebanyak 38 orang (30%), kemudian sisanya sebanyak 27 orang (22%) memiliki pekerjaan sebagai PNS, 37 orang (30%) memiliki pekerjaan sebagai pegawai swasta, dan 23 orang (18%) memiliki pekerjaan wiraswasta. Karakteristik responden berdasarkan pendapatan responden tiap bulan.

Berdasarkan tabel 6 dapat diketahui bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini penghasilan dibawah Rp.1jt sebanyak 39 orang (31%), kemudian sisanya sebanyak 50 orang (40%) berpenghasilan antara Rp.1 s/d 3jt, 36 orang (29%) berpenghasilan diatas Rp.3jt. Berikut ini adalah karakteristik responden berdasarkan frekuensi penggunaan jasa kereta api dan pesawat terbang yang digunakan.

Berdasarkan tabel 7 dapat diketahui bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini frekuensi

naik kereta api < 3 kali sebanyak 34 orang (14%), kemudian sisanya sebanyak 91 orang dengan frekuensi naik kereta api > 3 (36%), sedangkan untuk frekuensi orang yang naik pesawat < 3 kali sebanyak 74 orang (30%) dan untuk frekuensi orang yang naik pesawat > 3 sebanyak 51 orang (20%). Berikut ini adalah karakteristik responden berdasarkan umur untuk penggunaan jasa kereta api dan pesawat terbang.

Berdasarkan tabel 8 dapat diketahui bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini usianya antara 20-30tahun sebanyak 82 orang (65%), kemudian sisanya sebanyak 31 orang dengan usia 31-40tahun (25%), sedangkan untuk usia  $\geq$  40tahun sebanyak 12 orang (10%).

#### Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah pertanyaan-pertanyaan telah mengukur hal yang diinginkan. Uji validitas kuesioner ini dilakukan dengan bantuan software AMOS dengan nilai *standart regression weight* antara satu pertanyaan dengan nilai total dalam satu variabel. Untuk uji reliabilitas, menggunakan nilai  $\lambda$  dan dilakukan untuk setiap variabel. Suatu variabel jika mempunyai  $\lambda$  yang lebih besar dari 0,5 dikatakan valid. Pada tabel 4.9.a dapat dilihat bahwa ada satu indikator dalam kuisisioner yang nilainya kurang dari  $\lambda < 0,5$ , dapat dikatakan



bahwa indikator tersebut harus dilakukan uji validitas lagi, ternyata dihilangkan dan dilakukan pengujian hasilnya semua indikator tiap variabel validitas pada variabel yang mempunyai dapat dikatakan valid, karena nilainya nilai indikatornya dibawah 0,5. Setelah diatas 0,5 pada tabel 4.9.b.

**Tabel 4.9.a Uji validitas kuisioner**

Variabel	Pertanyaan	$\lambda$
Komplain	K1	0,611
	K2	0,758
	K3	0,724
	K4	0,774
Kualitas Pelayanan	KP1	0,629
	KP2	0,664
	KP3	0,783
	KP4	0,68
	KP5	0,752
Citra	C1	0,701
	C2	0,464
	C3	0,594
	C4	0,75
Harga	H1	0,661
	H2	0,668
	H3	0,764
Kepuasan Pelanggan	IP1	0,607
	IP2	0,52
	IP3	0,651
	IP4	0,77
	IP5	0,655
Kompetisi	KI1	0,56
	KI2	0,502
	KI3	0,724
	KI4	0,798

Tabel 4.9.b Modifikasi hasil uji validitas kuisioner

Variabel	Pertanyaan	$\lambda$
Komplain	K1	0,611
	K2	0,758
	K3	0,724
	K4	0,774
Kualitas Pelayanan	KP1	0,629
	KP2	0,664
	KP3	0,783
	KP4	0,68
	KP5	0,752
Citra	C1	0,715
	C3	0,602
	C4	0,73
Harga	H1	0,661
	H2	0,668
	H3	0,764
Kepuasan Pelanggan	IP1	0,607
	IP2	0,52
	IP3	0,651
	IP4	0,77
	IP5	0,655
Kompetisi	KI1	0,56
	KI2	0,502
	KI3	0,724
	KI4	0,798

### Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dilakukan untuk mengetahui apakah kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini konsisten dalam setiap pengukuran. Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan nilai *composit variability* tiap variabelnya dimana bila hasil hitungan tersebut lebih dari 0,7 maka dinyatakan reliable. Dari hasil

perhitungan uji reliabel, semua variabel dapat dikatakan reliabel karena nilai dari *composit variability* lebih dari 0,7. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang digunakan pada penelitian ini sudah reliabel.

### Pengujian Asumsi SEM

Setelah dilakukan uji validitas dan reliabilitas pada masing-masing variabel laten, beberapa prasyarat yang

harus dipenuhi dalam pemodelan struktural adalah asumsi normal, asumsi tidak adanya multikolinearitas atau singularitas dan outlier.

#### Uji Normalitas

Normalitas dari data merupakan salah satu syarat dalam pemodelan Struktural Equation Modelling (SEM). Pengujian normalitas ditekankan pada data multivariat dengan melihat nilai skewness, kurtosis, dan secara statistik dapat dilihat dari nilai Critical Ratio (CR). Jika digunakan tingkat signifikansi sebesar 5 persen, maka nilai CR yang berada di antara -1,96 sampai dengan 1,96 dikatakan data berdistribusi normal. Hasil pengujian normalitas data nilai CR terletak diluar diantara -1,96 sampai dengan 1,96, sehingga dapat dikatakan bahwa data berdistribusi normal.

#### Uji Singularitas dan Multikolinearitas

Singularitas dapat dilihat melalui determinan matriks kovarians. Nilai determinan yang sangat kecil atau mendekati nol menunjukkan indikasi terdapatnya masalah Singularitas, sehingga tidak dapat digunakan untuk

penelitian. Hasil penelitian memberikan nilai Determinant of sample covariance matrix sebesar 2.76279. Nilai ini tidak sama dengan nol sehingga dapat dikatakan bahwa tidak terdapat masalah singularitas pada data yang dianalisis, maka dapat dikatakan tidak terjadi multikolinearitas.

#### Analisis Pengujian Full Model Awal

Pada keseluruhan model dapat dilihat pada tabel 10 Analisis didasarkan dari *Goodness of Fit Statistics*. Ukuran GOF yang digunakan adalah RMSEA (*Root Mean Square Error of Approximation*), CMIN/DF (*Minimum Sample Discrepancy function / Degree of Freedom*), TLI (*Tucker Lewis Index*), dan CFI (*Comparative Fit Index*). Indeks kelayakan model dengan menggunakan ukuran GOFI hasil pengolahan data dan *cut off value*-nya dapat dilihat pada tabel 10. Secara keseluruhan model masih kurang baik. Hal ini dapat dilihat dari *Goodness of Fit* yang belum memenuhi *cut-off value*. Oleh karena itu perlu dilakukan modifikasi terhadap model tersebut.

Tabel 10 Kriteria *Goodness of Fit Indices* Model Awal

Kriteria	Hasil	Nilai Kritis	Evaluasi Model
Cmin/df	2,322	$\leq 2,00$	Kurang Baik
RMSEA	0,103	$\leq 0,08$	Kurang Baik
TLI	0,783	$\geq 0,95$	Kurang Baik
CFI	0,81	$\geq 0,95$	Kurang Baik

Tabel 11 Kriteria *Goodness of Fit Indices* Model Modif

Kriteria	Hasil	Nilai Kritis	Evaluasi Model
Cmin/df	1,676	$\leq 2,00$	Baik
RMSEA	0,074	$\leq 0,08$	Baik
TLI	0,893	$\geq 0,95$	Baik
CFI	0,917	$\geq 0,95$	Baik

#### Analisis Pengujian Full Model Modif

Model modifikasi dilakukan untuk memperbaiki *goodness of fit* model struktural terutama dalam memperkecil nilai dari *chi square*. Untuk mengetahui apakah model yang dihipotesiskan didukung oleh data, akan dilihat kebaikan model tersebut berdasarkan kriteria-kriteria *goodness of fit*. Berdasarkan tabel 11 dapat dilihat bahwa kriteria kebaikan model sebagian sudah memenuhi *cut-off value*.

#### Analisis Hubungan Kausal

Tujuan selanjutnya dalam analisis model struktural adalah untuk mengestimasi parameter pengaruh antar variable. Berdasarkan hasil estimasi parameter pengaruh antar variabel di

atas, dapat dilakukan pengujian hipotesis penelitian sebagai berikut :

- a. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap citra ( $KP \rightarrow C$ )

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap citra adalah positif dengan P value sebesar 0,000. Nilai P value tersebut kurang dari 0,05, maka dapat dikatakan signifikan. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap citra diterima.

Dalam PT. Kereta Api Indonesia pelayanan berpengaruh terhadap citra, karena PT. KAI lebih mementingkan pelayanan yang nantinya akan dirasakan oleh pelanggan, dimana bila pelayanan

tersebut bagus, karena itu juga termasuk dalam visi yang mereka buat, maka bila itu bisa terpenuhi citra PT. KAI di mata pelanggannya akan menjadi baik.

- b. Pengaruh citra terhadap kompetisi (C → KI)

Pengaruh citra terhadap kompetisi adalah positif dengan P value sebesar 0,000. Nilai P value tersebut kurang dari 0,05, maka hipotesis yang menyatakan bahwa citra berpengaruh positif terhadap kompetisi dapat diterima. Dalam hal ini berarti jika citra yang dimiliki oleh PT. KAI di mata pelanggan baik, maka mereka dapat merebut pangsa pasar yang ada.

- c. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kompetisi (KP → KI)

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kompetisi adalah positif dengan P value sebesar 0,163. Nilai P value tersebut di atas dari 0,05 sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kompetisi ditolak. Dalam hal ini berarti jika kualitas pelayanan ini baik atau buruk tidak akan dapat mempengaruhi kompetisi yang ada.

- d. Pengaruh komplain terhadap kompetisi (K → KI)

Pengaruh komplain terhadap kompetisi adalah positif dengan P

value sebesar 0,900. Nilai P value tersebut lebih besar dari 0,05 sehingga dapat dikatakan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa komplain berpengaruh positif terhadap kompetisi ditolak. Dalam hal ini berarti pengaruh komplain terhadap kompetisi tidak terlalu berpengaruh, karena itu bisa dikarenakan komplain tidak termasuk dalam suatu kompetisi.

- e. Pengaruh harga terhadap kompetisi (H → KI)

Pengaruh harga terhadap kompetisi adalah positif dengan P value sebesar 0,006. Nilai P value tersebut kurang dari 0,05 sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa harga berpengaruh positif terhadap kompetisi diterima. Dalam hal ini harga sangat mempengaruhi kompetisi yang ada, dimana bila harga lebih murah, maka akan memenangi persaingan.

- f. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan (KP → IP)

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan adalah positif dengan P value sebesar 0,121. Nilai P value tersebut lebih besar dari 0,05 sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan ditolak. Dalam hal ini berarti jika kualitas

pelayanan ini baik atau buruk tidak akan mempengaruhi terhadap kepuasan pelanggan.

- g. Pengaruh komplain terhadap kepuasan pelanggan ( $K \rightarrow IP$ )

Pengaruh komplain terhadap kepuasan pelanggan adalah positif dengan P value sebesar 0,010. Nilai P value tersebut kurang dari 0,05 sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa komplain berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan diterima. Dalam hal ini berarti jika komplain yang disampaikan oleh pelanggan kepada PT. KAI ditanggapi, maka pelanggan akan merasa puas.

- h. Pengaruh kompetisi terhadap kepuasan pelanggan ( $KI \rightarrow IP$ )

Pengaruh kompetisi terhadap kepuasan pelanggan adalah positif dengan P value sebesar 0,919. Nilai P value tersebut lebih besar dari 0,05 sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa kompetisi berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan diterima. Dalam hal ini berarti jika suatu perusahaan memenangkan suatu kompetisi, bukan berarti pelanggan akan merasa puas.

- i. Pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan ( $H \rightarrow IP$ )

Pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan adalah positif dengan P value sebesar 0.856. Nilai P

value tersebut lebih dari 0,05 sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan ditolak.

- j. Pengaruh citra terhadap kepuasan pelanggan ( $C \rightarrow IP$ )

Pengaruh citra terhadap kepuasan pelanggan adalah positif dengan P value sebesar 0.027. Nilai P value tersebut lebih kecil dari 0,05 sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa citra berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan diterima. Dalam hal ini berarti citra dari PT.KAI ini bila baik dimata pelanggan, maka pelanggan akan merasa puas.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan pengumpulan dan pengolahan data serta analisis yang dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Tingkat kepuasan pelanggan kereta api, dapat diuraikan sebagai berikut:
  - Dari hasil tabulasi jawaban antara penyedia jasa transportasi kereta api, dapat dilihat bahwa nilai yang diperoleh dalam kenyataan rata-rata hanya cukup setuju, sedangkan untuk harapannya sangat setuju.
2. Mengetahui pengaruh antar variabel-variabel terhadap kepuasan

pelanggan, dapat diuraikan sebagai berikut:

➤ **Jasa transportasi Kereta Api**

- Variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan
- Variabel komplain berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
- Variabel kompetisi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
- Variabel harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan
- Variabel citra berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan

3. Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memilih mode transportasi, dapat diuraikan sebagai berikut:

➤ **Jasa transportasi Kereta Api**

Bila dilihat dari hasil uji SEM, didapatkan variabel-variabel yang berkorelasi positif, dan dalam jasa transportasi kereta api ini faktor yang mempengaruhinya ialah pada variabel citra dan komplain, dimana dua variabel

ini yang berkorelasi positif terhadap kepuasan pelanggan. Jadi bisa disimpulkan bahwa pelanggan lebih memilih mode transportasi ini dari faktor pencitraan dari perusahaan tersebut serta komplain.

**Saran**

1. Perlu dikembangkannya variabel kompetisi sebagai pembanding antara jasa yang satu dengan lainnya yang sejenis.
2. Lebih dikembangkan lagi model ini supaya lebih bagus untuk kedepannya.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Mardoko, A. dan Widyastuti, H. (2008), *“Analisa Kepuasan Penumpang Pengguna Jasa Bandar Udara Terhadap Pelayanan di Terminal Domestik Bandara Juanda Surabaya”*. Jurnal Teknologi dan Rekayasa Sipil “ Torsi “. 49-59.
- Admin. (2007), *“Evaluasi Kinerja PT.Kereta Api (persero) Daerah Operasi VIII Surabaya dengan Pendekatan Balance scorecard”*. Jurnal Skripsi Ekonomi (2005-2010).
- Abelson, M. A. 1987. *Examination of Avoidable and Unavoidable Turnover*. Journal of Allied Psychology.
- Aditama, P. 2005. *Analisa Terhadap Faktor-Faktor Pembentuk Kepuasan Kerja dan Komitmen Organisasional serta Pengaruhnya Terhadap Kinerja dengan Metode Structural Equation Modeling (Studi Kasus di PT. Langgeng Krida Perkasa Bekasi)*. Tugas Akhir Jurusan

- Teknik Industri Intitut Teknologi Sepuluh Nopember. Surabaya.
- Alavi dan Jahandari. 2005. *The Organizational Climate of Kerman Shahid Bahonar University*. Public Personnel Management.
- Andini, R. 2006. *Analisis Pengaruh Kepuasan Gaji, Kepuasan Kerja, Komitmen Organisasional Terhadap Turnover Intention (Studi Kasus pada RS. Roemani Muhamadiyah Semarang)*. Program Studi Magister Manajemen Program Pasca Sarjana Universitas Diponegoro. Semarang.
- Anhar, B. 2010. *Pengaruh Stres Kerja Terhadap Komitmen Organisasi Melalui Kepuasan Kerja Karyawan RSAB Muslimat Jombang*. Skripsi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang. Malang.
- Hair, J F., Black, W C., Babin, W J. & Anderson, R E. (2010). *Multivariate Data Analysis (7<sup>th</sup> ed)*. Upper saddle River, New Jersey: Pearson Education International.
- Kotler, Philip, 2009. *Marketing Management*, New Jersey, Prentice Hall Inc.
- Kotler, P., and Keller, K. L, 2012 *Manajemen Pemasaran*, Jilid kesatu, Jakarta: Erlangga.