



# Jurnal Pengembangan Wiraswasta

VOLUME 13 NOMOR 03 ■ DESEMBER 2011

■ *Pengaruh Stock Split Terhadap Harga Saham dan Volume Perdagangan Saham Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia*

■ *Analisis Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Aset Strategik Terhadap Hubungan Pelanggan dan Implikasinya Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Pada UMKM Industri Pakaian Jadi di Provinsi DKI Jakarta)*

■ *Service Quality as a Mediator of Price Level and Competitive Conditions that Influence Customer Satisfaction of Visitors of Stars Hotel in East Java*

■ *Analisis Faktor-faktor Kualitas Pelayanan dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Penumpang KRL Ekspres di Stasiun Lenteng Agung*

■ *Pengaruh Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan pada Toko Buku Gunung Agung di Mall Ciputra*

■ *Analisis Citra Label, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pengguna Helm SNI di Jakarta*

■ *Pengaruh Kecerdasan Emosional dan Komitmen Guru Terhadap Persepsi Kualitas Pelayanan Guru di Sekolah Menengah Kejuruan Kabupaten Tangerang*

■ *Perumusan Strategi Berbasis Perspektif Balance Scorecard pada PT. Realife Realty Indonesia Depok (PMS)*

■ *Memastikan Jenis Kausalitas: Hubungan atau Pengaruh?*

**Kebersamaan Keterbukaan Kesiambungan**



# Jurnal Pengembangan Wiraswasta

VOLUME 13 NOMOR 03 ■ DESEMBER 2011

## SUSUNAN DEWAN REDAKSI

### PELINDUNG

HR. Soemitro ( *Pembina Yayasan IPWIJA* )  
Hj. Siti Kumala, S.Mi. ( *Ketua Yayasan IPWIJA* )

### PENANGGUNG JAWAB

Dr. Suyanto, SE., MM, M.Ak ( *Ketua STIE IPWIJA* )  
Drs. Juniarto Royo Prasetyo, MPM., Ed.D. ( *Wakil Ketua STIE IPWIJA* )

### PIMPINAN UMUM

Ir. Titing Widyastuti, MM ( *Ketua Program M.M. STIE IPWIJA* )

### DEWAN REDAKSI

Prof. J. Supranto, MA., APU ( *UPI YAI* )  
Drs. (Ec). Ibnu Widiyanto, MA., Ph.D. ( *UNDIP* )  
Ir. Agung Martono, MM., DBA. ( *QIA Consulting* )  
Drs. Sudarso, MM ( *UNTAR* )  
Drs. Slamet Ahmadi, MM ( *STIE PUTRA BANGSA* )

### PEMIMPIN REDAKSI

Ir. Jen ZA. Hans, M.Sc., Ph.D

### REDAKSI PELAKSANA

Dra. Yuli Triastuti, MM  
Anna Wulandari, SE, MM

### ADMINISTRASI DAN KEUANGAN

Estuti Fitri Hartini, SE., MM

### DISTRIBUSI / PEMASARAN

Rasipan, SH., MM.  
Gd. Adhi Graha Lt.14 Jl. Gatot Subroto Kav.56 JKT 12950  
Tel. (021) 5265266 (Hunting) Fax. (021) 5265270

### ALAMAT REDAKSI

STIE IPWIJA Adhi Graha Lt. 14  
Jl. Gatot Subroto Kav. 56 Jakarta Selatan  
Telp. 5265266 Fax. 5265270  
Email. stieipwija@cbn.net.i

### PENERBIT

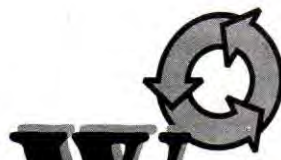
P4M STIE IPWIJA

### PERCETAKAN

CV. Agung Semarang

### FREKWENSI TERBIT

4 (Empat) Bulanan



# Jurnal Pengembangan Wiraswasta

VOLUME 13 NOMOR 03 ■ DESEMBER 2011

## DARI REDAKSI

## SUSUNAN DEWAN REDAKSI

## DAFTAR ISI

### KEUANGAN

- *Pengaruh Stock Split Terhadap Harga Saham dan Volume Perdagangan Saham Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia*  
Susanti Widyastuti ..... 263 - 278

### PEMASARAN

- *Analisis Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Aset Strategik Terhadap Hubungan Pelanggan dan Implikasinya Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Pada UMKM Industri Pakaian Jadi di Provinsi DKI Jakarta)*  
Sri Lestari Prasilowati ..... 279 - 294
- *Service Quality as a Mediator of Price Level and Competitive Conditions that Influence Customer Satisfaction of Visitors of Stars Hotel in East Java*  
Juniarto R. Prasetyo dan Hery Margono ..... 295 - 307
- *Analisis Faktor-faktor Kualitas Pelayanan dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Penumpang KRL Ekspres di Stasiun Lenteng Agung*  
Jayadi dan Wuliana Yesica ..... 308 - 318
- *Pengaruh Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan pada Toko Buku Gunung Agung di Mall Ciputra*  
Yuli Triastuti dan Lely Rosaria ..... 319 - 330
- *Analisis Citra Label, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pengguna Helm SNI di Jakarta Besar Agung*  
Martono Dan Roswati ..... 331 - 340

### SUMBERDAYA MANUSIA

- *Pengaruh Kecerdasan Emosional dan Komitmen Guru Terhadap Persepsi Kualitas Pelayanan Guru di Sekolah Menengah Kejuruan Kabupaten Tangerang*  
Titing Widyastuti ..... 341 - 350

### STRATEGIK

- *Perumusan Strategi Berbasis Perspektif Balance Scorecard pada PT. Realife Realty Indonesia Depok (PMS)*  
Yoyo Indah Gunawan dan Eko Budiyananto ..... 351 - 363

### PENDIDIKAN

- *Memastikan Jenis Kausalitas: Hubungan atau Pengaruh?*  
SM. Parulian Tanjung ..... 364 - 372

Redaksi menerima sumbangan tulisan/artikel yang ada hubungannya dengan ekonomi bisnis dan manajemen dari para pembaca. Tulisan harap diketik 2 spasi pada kertas ukuran A4 maksimal 30 halaman. Setiap tulisan disertai abstraksi dan referensi. Redaksi berhak merubah/menyempurnakan isi tulisan. Pendapat yang dinyatakan dalam majalah ini adalah pendapat pribadi penulis, meskipun redaksi bertanggung jawab atas pemilihan tulisan yang hendak dimuat.

## ANALISIS FAKTOR-FAKTOR KUALITAS PELAYANAN DAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUASAN PENUMPANG KRL EKSPRES DI STASIUN LENTENG AGUNG

By:  
**Jayadi**  
**Wiliana Yesica**

### ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah : 1). Untuk mengetahui faktor-faktor kualitas pelayanan apa saja yang dapat mempengaruhi kepuasan penumpang KRL Ekspres di stasiun Lenteng Agung; 2). Untuk mengetahui seberapa besar kontribusi faktor-faktor kualitas pelayanan terhadap kepuasan penumpang KRL Ekspres di stasiun Lenteng Agung.

Penelitian ini melibatkan responden sebanyak 65 orang yang diambil dengan teknik *accidental sampling* dari jumlah penumpang tetap rata-rata sebanyak 80 orang yang sehari-harinya menggunakan jasa transportasi kereta api di stasiun Lenteng Agung. Teknik analisis diolah dengan software SPSS..

Hasil penelitian menunjukkan bahwa : 1). Faktor-faktor kualitas pelayanan yang meliputi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, dan *assurance* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan penumpang KRL Ekspres di stasiun Lenteng Agung, sedangkan faktor pelayanan *emphaty* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan penumpang KRL Ekspres di stasiun Lenteng Agung; 2). Ada pengaruh yang signifikan secara simultan faktor-faktor kualitas pelayanan yang meliputi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty* terhadap kepuasan penumpang KRL Ekspres di stasiun Lenteng Agung sebesar 57,7%; 3). Faktor-faktor kualitas pelayanan yang meliputi 5 dimensi mampu memberikan kontribusi (sumbangan) efektif dimulai yang paling dominan adalah *assurance* sebesar 38,34%, *tangible* sebesar 9,60%, *reliability* sebesar 5,49%, disusul *responsiveness* sebesar 3,62% dan yang terakhir *emphaty* sebesar 0,72% terhadap kepuasan penumpang KRL Ekspres di stasiun Lenteng Agung.

Kata Kunci : kualitas pelayanan, kepuasan penumpang, kontribusi prediktor, KRL Ekspres

*Jayadi* adalah  
dosen STIE IPWIJA  
*Wiliana Yesica* adalah  
Alumni STIE IPWIJA

### I. Pendahuluan

Pelayanan adalah suatu proses yang diberikan pada pihak lain, sehingga pihak lain tersebut menerima apa yang mereka inginkan. Pelanggan yang puas menjadi sumber keuntungan bagi organisasi atau

perusahaan karena pemakai jasa yang puas dapat dijadikan *Public Relations* (PR) atau “penjual” bagi produk serta jasa perusahaan. Dengan kondisi persaingan yang semakin ketat antar perusahaan, setiap perusahaan saling berpacu untuk memperluas pasar. Harapan dari adanya perluasan pasar secara langsung adalah meningkatnya penjualan, sehingga perusahaan akan memiliki lebih banyak konsumen..

Perusahaan yang mampu bersaing dalam pasar adalah perusahaan yang dapat menyediakan produk atau jasa berkualitas, sehingga perusahaan dituntut untuk terus melakukan beberapa perbaikan terutama pada kualitas pelayanannya. Hal ini dimaksudkan agar seluruh barang dan atau jasa yang ditawarkan akan mendapat tempat yang baik di mata masyarakat selaku konsumen dan calon konsumen. Konsumen dalam memilih barang dan atau jasa di dasari motivasi yang nantinya mempengaruhi jenis, cita rasa barang dan jasa berkualitas yang dibelinya. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Setelah konsumen merasa puas dengan produk dan atau jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan oleh produk lain. Apabila konsumen merasa benar-benar puas, mereka akan terus memakai produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan, serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk memakai produk dan atau jasa yang sama.

Dalam pemasaran kita mengenal 4P yaitu: produk, price, place dan promotion sebagai marketing mix (bauran pemasaran). Untuk usaha transportasi kereta api sebagai produsen jasa, dilengkapi dengan 3P yaitu: *people*, *physical evidence* dan *process*. Tugas manajemen perusahaan ialah menciptakan strategi mencampur kegiatan bauran tersebut untuk diperoleh suatu kombinasi ideal dan maksimal sehingga mendatangkan hasil paling memuaskan. Pengguna jasa kereta api dihadapkan pada rangsangan dari bauran pemasaran, baik dalam kombinasi beberapa elemen maupun satu elemen saja karena sifat jasa yang *intangibility*, *inseparability*, *variability*, dan *perishability*.

Kereta Api didirikan pada tanggal 28 September 1945 dengan nama Djawatan Kereta Api Republik Indonesia (DKA RI). Perubahan status perusahaan Kereta Api terjadi beberapa kali, dimulai dari Djawatan Kereta Api (DKA) kemudian berubah menjadi Perusahaan Nasional Kereta Api (PNKA) selanjutnya berubah lagi menjadi Perusahaan Jawatan Kereta Api (PJKA), Perusahaan Umum Kereta Api (Perumka) dan yang sekarang sedang barjalan menjadi PT. Kereta Api Indonesia (Persero).

Peranan manajemen pemasaran dalam menjalankan fungsi bisnis akan sangat berpengaruh pada kelangsungan program perusahaan tersebut. Dalam hal ini penulis akan lebih memfokuskan pada kualitas pelayanan yang dilakukan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) dalam meningkat-

kan keselamatan dan pelayanan yang pada akhirnya berdampak kepada kepuasan penumpang, sehingga semakin banyak orang menggunakan jasa kereta api yang akhirnya dapat meningkatkan pendapatan perusahaan. Melihat permasalahan yang muncul tersebut diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan topik factor-faktor kualitas pelayanan dan pengaruhnya terhadap kepuasan penumpang KRL Ekspres di Stasiun Lenteng Agung.

### II. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui faktor-faktor kualitas pelayanan apa saja yang dapat mempengaruhi kepuasan penumpang KRL Ekspres di stasiun Lenteng Agung.
- b. Untuk mengetahui besarnya kontribusi (sumbangan) efektif dan relative faktor-faktor kualitas pelayanan dalam mempengaruhi kepuasan penumpang KRL Ekspres di stasiun Lenteng Agung.

### III. Kajian Teori

#### A. Pemasaran jasa

Beberapa definisi tentang jasa dikemukakan para ahli, diantaranya: Philip Kotler (2001:428) merumuskan jasa sebagai berikut : "Setiap tindakan atau unjuk kerja yang ditawarkan oleh salah satu pihak ke pihak lain yang secara prinsip intangible dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun. Produksinya bisa ya dan bisa juga tidak terikat pada suatu produk fisik". Sementara itu

Hurriyati mendefinisikan "Jasa pada dasarnya adalah seluruh aktivitas ekonomi dengan output selain produk dalam pengertian fisik, dikonsumsi dan diproduksi pada saat bersamaan, memberikan nilai tambah dan secara prinsip tidak berwujud (intangible) bagi pembeli pertamanya" (2005:28)

Jasa memiliki karakteristik yang unik dan berbeda dengan karakteristik barang. Adapun karakteristik jasa adalah sebagai berikut :

- a. *Intangible*, artinya tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, dicium, atau didengar sebelum dibeli.
- b. *Keberagaman*, keluaran jasa juga bervariasi (heterogen), sehingga jasa sulit distandarisasikan, sebab utama dari kesulitan ini adalah meski untuk suatu jasa yang sama, setiap individu konsumen itu ingin dipenuhi keinginannya dengan cara yang berbeda-beda.
- c. *Simultanitas Produksi dan Konsumsi*, karakteristik antara produksi dan konsumsi jasa yang berbeda dengan karakteristik barang. Barang biasanya dibuat dulu baru kemudian dijual dan dikonsumsi. Sementara itu, kebanyakan jasa itu dijual terlebih dahulu baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi secara simultan.
- d. *Kerentanan*, kenyataan bahwa jasa itu biasanya tidak bisa dikembalikan atau dijual kembali mengimplikasikan perlu disusunnya strategi perbaikan yang akan digunakan ketika terjadi kekeliruan.

Kotler dan Keller (2007:56) menyebutkan lima dimensi pokok yang dapat digunakan sebagai alat

pengukur kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut:

1. Bukti langsung (*tangible*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.
2. Keandalan (*reliability*), yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
3. Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
4. Jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh para karyawan; bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan.
5. Empati (*emphaty*), meliputi kemudahan dalam melakukan komunikasi, hubungan yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para pelanggan.

#### B. Kualitas Pelayanan

Kata pelayanan atau jasa atau *service* memiliki makna yang beragam. Dalam bukunya yang berjudul "*Service, Quality, and Satisfaction*" Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra (2005) mengutip beberapa pengertian *service* antara lain:

- Lovelock, Patterson, and Walker (2004) mengemukakan perspektif *service* sebagai sebuah sistem yang terdiri atas 2 komponen utama yaitu (1) operasi jasa (*service operation*) dimana input diproses dan elemen-elemen produk jasa dan (2) penyampaian jasa (*service delivery*) dimana elemen-elemen produk jasa

dirakit, dirampungkan dan disampaikan kepada *customer*.

- Definisi lainnya yang berorientasi pada aspek proses atau aktivitas dikemukakan oleh Gonroos (2000) yaitu 'jasa adalah proses yang terdiri atas serangkaian aktivitas *intangible* yang biasanya (tidak selalu) terjadi pada interaksi antara *customer* dan karyawan jasa dan atau sumber daya fisik atau barang dan atau sistem penyedia jasa, yang disediakan sebagai solusi atas masalah *customer*.

Secara singkat, pelayanan atau jasa merupakan pemberian suatu kinerja atau tindakan tak kasat mata (*intangible*) dari satu pihak kepada pihak lain, dimana pada umumnya jasa diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan dan interaksi antara pemberi jasa dan penerima jasa mempengaruhi hasil jasa tersebut.

#### C. Pelayanan Publik

Pelayanan publik atau pelayanan umum dapat didefinisikan sebagai segala bentuk jasa pelayanan, baik dalam bentuk barang publik maupun jasa publik yang dilaksanakan oleh instansi atau perorangan, di lingkungan badan usaha dalam rangka upaya pemenuhan kebutuhan usaha maupun dalam rangka pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan. Pelayanan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan

memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka.

### D. Kepuasan Konsumen

Menurut Kamus Bahasa Indonesia kepuasan adalah puas; merasa senang; perihal (yang bersifat puas, kesenangan, kelegaan, dan sebagainya). Kepuasan dapat diartikan sebagai perasaan puas, rasa senang dan kelegaan seseorang dikarenakan mengkonsumsi suatu produk atau jasa untuk mendapatkan pelayanan suatu jasa. Menurut Philip Kotler yang dikutip oleh Tjiptono (2000) "Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan sebelum membeli atau mengkonsumsi suatu barang atau jasa".

Salah satu indikator bahwa pelayanan sudah baik adalah terbentuknya kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan sebagai pengguna jasa pelayanan. Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dan harapan (kepuasan) pelanggan menurut Garpe dalam Nasution (2000) adalah:

- Kebutuhan dan keinginan yang berkaitan dengan pelanggan ketika melakukan transaksi.
- Pengalaman masa lalu ketika mengkonsumsi suatu produk.
- Pengalaman dari teman-teman.
- Komunikasi iklan.

## IV. Metode Penelitian

### A. Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan menggunakan metode kuesioner yaitu dengan memberikan daftar pertanyaan atau

kuesioner secara langsung kepada responden. Kuesioner tersebut merupakan angket tertutup yang terdiri dari dua bagian, yaitu bagian pertama yang terdiri atas pertanyaan-pertanyaan untuk memperoleh data pribadi responden dan bagian kedua digunakan untuk mendapatkan data tentang dimensi-dimensi dari konstruk-konstruk yang dikembangkan dalam penelitian ini. Pernyataan-pernyataan dalam angket tertutup dibuat skala Likert dengan kategori pernyataan dengan jawaban sangat tidak setuju sampai dengan sangat setuju untuk mendapatkan data yang bersifat interval dan diberi nilai atau skor 1 sampai dengan 5.

### B. Teknik Analisis Data

Data yang sudah dikumpulkan dianalisis dan diuji dengan regresi linier berganda. Sebelum dilakukan analisis terlebih dulu diuji dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas, untuk mengukur dan menguji kuesioner yang diberikan kepada responden apakah cukup valid dan reliabel. Valid adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keandalan atau kesahihan suatu alat ukur, sedangkan reliabel adalah keajegan (konsistensi) alat pengumpul data (Riduwan, 2010:3).

#### 1. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Uji validitas adalah uji tentang kemampuan suatu instrumen (alat ukur) sehingga benar-benar dapat mengukur apa yang ingin diukur. Untuk menguji validitas instrumen yang dalam hal ini berupa butir-butir pertanyaan yaitu dengan cara



mengkorelasikan skor butir dengan skor total yang dihitung melalui rumus korelasi *Product Moment Pearson*, dimana jika korelasi butir nilainya positif dan lebih besar dari nilai r tabel maka butir pertanyaan tersebut dinyatakan *valid*.

Selain harus valid instrumen juga harus reliabel (dapat diandalkan). Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengukur tingkat konsistensi instrumen yang digunakan.. Dalam penelitian ini untuk menguji reliabilitas instrumen digunakan rumus Alpha Cronbach. Instrumen dikatakan *reliabel* jika nilai Alpha Cronbach lebih besar dari 0,600.

## 2. Analisis Deskriptif

Analisis ini bertujuan untuk melihat gambaran umum karakteristik responden dan deskripsi variabel penelitian yang meliputi nilai-nilai: mean, median, modus, standar deviasi, varian, maksimum, minimum.

## 3. Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda mengandung makna bahwa dalam suatu persamaan regresi terdapat satu variabel terikat dan lebih dari satu variabel bebas. Regresi linier ganda yang digunakan dalam penelitian melibatkan 5 variabel prediktor (bebas), sehingga persamaan regresinya menjadi :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5$$

Keterangan : Y = variabel kriterium  
 $X_n$  = variabel prediktor  
 a = bilangan konstan  
 $b_n$  = koefisien regresi

## 4. Uji Statistik

Untuk menguji hipotesis penelitian yang diajukan dalam penelitian ini menggunakan uji F dan uji t. Uji F bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan (bersama-sama). Jika nilai signifikansi uji F < 0,05, maka hipotesis diterima berarti signifikan.

Sedangkan uji t digunakan untuk melihat apakah variabel bebas secara parsial (individual) berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Jika nilai signifikansi uji t < 0,05, maka hipotesis diterima berarti signifikan.

## 5. Koefisien Determinan ( $R^2$ )

Koefisien determinan diperoleh melalui rumus :  $KD = R^2 \times 100\%$ . Nilai R berada antara 0 sampai dengan 1. Semakin mendekati nilai 1 maka variabel bebas hampir memberikan semua informasi untuk memprediksi variabel terikat.

## 6. Sumbangan Variabel Prediktor

Sumbangan prediktor digunakan untuk mengetahui berapa sumbangan (kontribusi) masing-masing variabel prediktor (bebas) terhadap variabel kriterium (terikat). Ada dua jenis sumbangan, yaitu sumbangan efektif dan sumbangan relatif. Jumlah sumbangan efektif untuk semua variabel prediktor sama dengan nilai koefisien determinasi, sedangkan jumlah sumbangan relatif untuk semua variabel prediktor sama dengan 1 atau 100%.

a. Sumbangan Efektif masing-masing prediktor dihitung dengan rumus :

$$SE (X_n) \% = \beta_{xn} \times r_{xy} \times 100\%$$

## PEMASARAN

- b. Sumbangan Relatif masing-masing prediktor dihitung dengan rumus :  
 $SR (X_n) \% = (SE (X_n) \% : R^2) \times 100\%$

### V. Pembahasan

#### A. Uji Validitas dan Reliabilitas

Instrumen variabel kualitas pelayanan yang meliputi, tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy masing-masing diukur dengan dua pertanyaan, sedangkan variabel kepuasan penumpang diukur dengan delapan pertanyaan yang dikembangkan dari indikator-indikator yang sudah ditetapkan. Suatu instrumen berupa pertanyaan dinyatakan valid jika korelasi butir  $> r$  tabel (0,244), sedangkan instrumen variabel penelitian dinyatakan reliabel jika nilai Alpha Cronbach  $> 0,600$ .

Berdasarkan hasil pengujian validitas, maka dapat diketahui bahwa semua kuesioner baik variabel kualitas pelayanan maupun kepuasan penumpang dinyatakan valid karena nilainya lebih besar dari nilai tabel (0,244).

Demikian juga dari hasil pengujian reliabilitas, nilai Alpha Cronbach instrumen semua variabel lebih besar dari 0,600, sehingga dinyatakan reliabel dan dapat digunakan untuk mengukur data penelitian.

#### B. Persamaan Regresi Berganda

Dari analisis data dengan bantuan komputer software SPSS maka dapat dihasilkan persamaan regresi ganda sebagai berikut :

$$Y = 1,870 + 0,833X_1 + 0,598X_2 + 0,365X_3 + 1,627X_4 + 0,084X_5$$

Persamaan regresi tersebut mempunyai makna bahwa jika faktor kualitas pelayanan dianggap tidak ada (nilainya nol) maka kepuasan penumpang bernilai konstan sebesar 1,870. Selanjutnya jika salah satu faktor pelayanan yang meliputi tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy dapat ditingkatkan sebesar satu satuan dengan asumsi faktor pelayanan lain dianggap tidak berubah, maka akan meningkatkan nilai kepuasan penumpang sebesar sesuai koefisien regresinya.

#### C. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis bertujuan untuk membuktikan hipotesis penelitian. Adapun langkah-langkah pembuktian hipotesis penelitian adalah:

1. Menentukan  $H_0$  dan  $H_a$  (Hipotesis nihil dan hipotesis alternatif)
2. Menentukan level of signifikan ( $\alpha = 0,05$ )
3. Kriteria pengujian (uji F atau uji t), jika nilai signifikansi  $< 0,05$  berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sebaliknya jika nilai signifikansi  $> 0,05$  berarti  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

Hasil analisis regresi berganda

**Tabel 1. Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinan**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,760	0,577	0,541	2,552

- a. Predictors: (Constant), x5, x2, x3, x4, x1

Tabel 2. Analisis of Varian (Anova)

ANOVA <sup>b</sup>					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	523,962	5	104,792	16,097	0,000
Residual	384,099	59	6,510		
Total	908,062	64			

a. Predictors: (Constant), x5, x2, x3, x4, x1

b. Dependent Variable: y

Besarnya nilai koefisien determinan (R Square) lihat tabel 6 adalah sebesar 0,577, angka ini menunjukkan bahwa secara simultan (bersama-sama) faktor-faktor kualitas pelayanan yang meliputi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty* mampu menjelaskan variabel kepuasan penumpang sebesar 57,7% sedangkan sisanya sebesar 43,3% dijelaskan oleh faktor-faktor lain. Selanjutnya dilakukan pengujian hipotesis melalui uji F.

Berdasarkan hasil analisis regresi terlihat bahwa nilai F hitung sebesar 16,097 dengan signifikan 0,000. Jika dibandingkan dengan kriteria pengujian ternyata hasilnya adalah : nilai signifikansi uji F (0,000) < 0,05 berarti menolak  $H_0$  dan menerima  $H_a$ . Jadi dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan penumpang KRL Ekspres di stasiun Lenteng Agung. Dengan demikian hipotesis penelitian yang penulis ajukan telah terbukti kebenarannya.

Untuk melihat secara parsial pengaruh faktor-faktor kualitas pelayanan terhadap kepuasan penumpang diuji dengan menggunakan uji t.

Berdasarkan hasil perhitungan terlihat bahwa masing-masing faktor kualitas pelayanan mempunyai nilai t hitung dan signifikan : *tangible* nilai t hitung : 2,933 signifikansi 0,005; *reliability* nilai t hitung : 2,379 signifikansi 0,021; *responsiveness* nilai t hitung : 2,065 signifikansi 0,043; *assurance* nilai t hitung : 6,856 signifikansi 0,000 dan *emphaty* nilai t hitung : 0,284 signifikansi 0,777. Sesuai kriteria pengujian hipotesis, nilai signifikan kelima faktor tersebut jika dibandingkan ternyata hasilnya hanya ada empat faktor saja yang nilai signifikansinya dibawah 0,05 yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness* dan *assurance* serta ada satu faktor yaitu *emphaty* nilai signifikansinya lebih besar 0,05. Hal ini dapat diartikan bahwa faktor-faktor pelayanan yang meliputi *tangible*, *reliability*, *responsiveness* dan *assurance* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan penumpang KRL Ekspres di stasiun Lenteng Agung. Sedangkan faktor pelayanan *emphaty* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan penumpang KRL Ekspres di stasiun Lenteng Agung.

#### D. Sumbangan Efektif dan Relatif Variabel Prediktor

Untuk mengetahui besarnya sumbangan (kontribusi) efektif dan relatif variabel kualitas pelayanan yang meliputi *tangible*, *reliability*, *responsiveness* *assurance* dan

emphaty secara parsial terhadap kepuasan penumpang KRL Ekspres dihitung melalui rumus analisis regresi ganda dan dilanjutkan sumbangan efektif dan relatif prediktor. Hasil analisis korelasi Pearson dan analisis regresi ganda dengan software SPSS dapat dirangkum pada tabel dibawah ini :

**Tabel 3. Sumbangan Efektif dan Relatif Prediktor**

Variabel Prediktor	Koefisien Korelasi	Koefisien Determinan	$\beta$ (Beta)	Sumbangan Efektif (%)	Sumbangan Relatif (%)
Tangible ( $X_1$ )	0,353	0,577	0,272	9,60	16,64
Reliability ( $X_2$ )	0,269		0,204	5,49	9,51
Responsiveness ( $X_3$ )	0,207		0,175	3,62	6,28
Assurance ( $X_4$ )	0,640		0,599	38,34	66,44
Emphaty ( $X_5$ )	0,267		0,027	0,72	1,25
Variabel Kriteria Kepuasan (Y)					
<b>Jumlah</b>				<b>57,77</b>	<b>100</b>

Sumber : Output SPSS yang diolah

Berdasarkan tabel diatas terlihat jelas bahwa faktor assurance memberikan kontribusi (sumbangan) efektif paling dominan terhadap kepuasan penumpang KRL Ekspres sebesar 38,34%, berikutnya faktor tangible sebesar 9,60%, faktor reliability sebesar 5,49%, faktor responsiveness sebesar 3,62% dan yang paling kecil adalah faktor emphaty sebesar 0,72%. Besarnya sumbangan efektif kelima variabel prediktor ini kalau dijumlahkan hasilnya adalah sebesar 57,7%, dimana jumlah ini nilainya sama besarnya dengan nilai koefisien determinan atau merupakan prosentase pengaruh secara simultan variabel kualitas pelayanan yang meliputi tangible, reliability, responsiveness, assurance dan emphaty terhadap kepuasan penumpang KRL Ekspres.

Adapun besarnya kontribusi (sumbangan) relatif masing-masing variabel prediktor, dimulai yang paling dominan adalah faktor assurance sebesar 66,44%, faktor tangible sebesar 16,64%, faktor reliability sebesar 9,51%, faktor responsiveness sebesar 6,28% dan yang paling kecil adalah faktor emphaty sebesar 1,25%. Besarnya sumbangan relatif kelima prediktor ini kalau dijumlahkan hasilnya adalah 100%

## VI. Kesimpulan dan Saran

### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dan pembahasan maka penelitian ini menghasilkan beberapa kesimpulan :

1. Faktor-faktor kualitas pelayanan yang meliputi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, dan *assurance* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan penumpang KRL Ekspres di stasiun Lenteng Agung, sedangkan faktor pelayanan *emphaty* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan penumpang KRL Ekspres di stasiun Lenteng Agung.
2. Ada pengaruh yang signifikan secara simultan (bersama-sama) faktor-faktor kualitas pelayanan yang meliputi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty* terhadap kepuasan penumpang KRL Ekspres di stasiun Lenteng Agung sebesar 57,7%.

3. Secara parsial faktor kualitas pelayanan yang meliputi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty* mampu memberikan kontribusi (sumbangan) efektif dimulai yang paling dominan adalah *assurance* sebesar 38,34%, *tangible* sebesar 9,60%, *reliability* sebesar 5,49%, disusul *responsiveness* sebesar 3,62% dan yang terakhir *emphaty* sebesar 0,72% terhadap kepuasan penumpang KRL Ekspres di stasiun Lenteng Agung.
4. Secara parsial faktor kualitas pelayanan yang meliputi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty* mampu memberikan kontribusi (sumbangan) relatif dimulai yang paling dominan adalah *assurance* sebesar 66,44%, *tangible* sebesar 16,64%, *reliability* sebesar 9,51%, disusul *responsiveness* sebesar 6,28% dan yang terakhir *emphaty* sebesar 1,25%. terhadap kepuasan penumpang KRL Ekspres di stasiun Lenteng Agung.

#### B. Saran

1. PT. KAI perlu meningkatkan kualitas pelayanan pada faktor *tangible* (bukti langsung) yang meliputi sarana komunikasi, fasilitas fisik, perlengkapan pegawai.
2. PT. KAI perlu meningkatkan kualitas pelayanan pada faktor *reliability* (kehandalan) yang meliputi memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
3. PT. KAI perlu meningkatkan kualitas pelayanan pada factor *responsiveness* (daya tanggap) yang meliputi kemampuan staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap
4. PT. KAI perlu meningkatkan kualitas pelayanan pada faktor *assurance* (jaminan) yang meliputi pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh para karyawan; bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Denson, C.R. 2000. *Public Sector Transportation for People with Disabilities : A Satisfaction Survey*. Journal of Rehabilitation, July-September, pp 1-15.
- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra. 2005. *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*. Andi Offset : Yogyakarta.
- Gaspersz, Vincent. 1997. *Manajemen Kualitas dalam Industri Jasa*. PT. Gramedia Pustaka Utama : Jakarta
- Hariyadi Sarjono dan Winda Julianita. 2011. *SPSS vs Lisrel Sebuah Pengantar Aplikasi untuk Riset*, Salemba Empat : Jakarta
- Hartono. 2008. *Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Jateng Cabang Purworejo*. Universitas Muhammadiyah Surakarta : Surakarta
- Hendy Helmy. 2001. *Pemasaran Jasa Angkutan Kereta Api dan Etika Pelayanan*. BPL OPSAR : Bandung.
- Henry Masri. 2002. *Analisis Pengaruh Faktor-Faktor Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Kereta Api Daop IV*

## PEMASARAN

---

- Semarang. Universitas Diponegoro : Semarang
- Husein Umar. 2000. *Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. PT. Gramedia Pustaka Utama : Jakarta
- Kotler, Philip. 1992. *Manajemen Pemasaran; Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. PT. Gelora Aksara Pratama : Jakarta.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid 1, 2*. Erlangga: Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin L. Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran, Jilid 1*. Indeks : Jakarta.
- Moh. Fakhrur Rozi. 2007. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan PT. Kereta Api Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus KA Eksekutif Gajayana di Malang)*. Universitas Negeri Malang : Malang
- Mudrajad Kuncoro. 2001. *Metode Kuantitatif Teori dan Aplikasi Untuk Bisnis dan Ekonomi*, Unit Penerbit dan Percetakan AMP YKPN : Yogyakarta.
- M. Indra Johan. 2002. *Evaluasi Kualitas Pelayanan Pada PT. Pos Indonesia*. Universitas Islam Indonesia : Yogyakarta
- M. Taufiq Ismail. 2002. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Konsumen Terhadap Loyalitas Pemakai Jasa BPR*. Universitas Islam Indonesia : Yogyakarta
- PT. Kereta Api Indonesia (Persero). 2010. *Profil Perusahaan PT. Kereta Api Indonesia*. Bandung.
- Ratih Hurriyati. 2005. *Bauran Pemasaran (dan Loyalitas Konsumen)*. Alfabeta : Bandung.
- Riduwan dan Kuncoro, E.A. 2008. *Cara Menggunakan dan Memakai Analisis Jalur*. CV Alfabeta : Bandung
- Sekaran, Uma. 2006. *Research Methods For Business Metodologi Penelitian untuk Bisnis, Buku 1 dan 2 Terjemahan*. Salemba Empat : Jakarta
- Singgih Santoso. 2001. *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik, Edisi Pertama*, PT. Elex Media Komputindo : Jakarta.
- Sugiyono. 2004. *Statistika untuk Penelitian*. Alfabeta : Bandung
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta : Bandung.
- Susanto A.B. 2001. *Manajemen Pemasaran di Indonesia, Buku 1 dan 2*. Salemba Empat : Jakarta.