

**“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PENGGUNA KERETA API SI BINUANG PADA
PT.(PERSERO) KERETA API INDONESIA PADANG”**

Skripsi



Oleh:

DANIEL IQBAL. T

04152060

*Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi*

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2010**



No. Alumni Universitas	DANIEL IQBAL TAWAKHAL	No. Alumni Fakultas
------------------------	-----------------------	---------------------

a).Tempat/ Tgl Lahir: Padang/ 12 Desember 1986 b). Nama Orang Tua: Ir. Neldi Armon, Ms dan Irdawati c). Fakultas: Ekonomi d). Jurusan: Manajemen e). No. BP: 04152060 f) Tgl Lulus: 31 Agustus 2010 g). Predikat Lulus: Memuaskan h). IPK: 2,82 i) Lama Studi: 5 tahun 10 bulan j). Alamat Orang Tua : Kel. Cengkeh No. 22 RT 2 RW 2 Kec. Lubuk Begalung

"PENGARUH PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PENGGUNA KERETA API SI BINUANG PADA PT.(PERSERO) KERETA API INDONESIA PADANG"

Skripsi S1 oleh Daniel Iqbal Tawakhal . Pembimbing Eri Besra, SE,MM

ABSTRAK

Secara keseluruhan penelitian ini disusun sebagai usaha untuk melakukan analisis terhadap pengaruh factor-faktor kualitas layanan yang diberikan oleh kereta api si Binuang terhadap kepuasan penumpang. Yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah pengguna kereta api si Binuang. Sedangkan jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 orang dengan metode pengambilan data langsung dari penumpang melalui kuisisioner.

Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda, pengujian dilakukan dengan uji t. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan *software SPSS 12*. Hasil penelitian ini memperkuat konsep yang menyatakan bahwa faktor-faktor kualitas layanan yang terdiri dari Berwujud (*tangible*), Keandalan (*reliability*), Ketanggapan (*responsiveness*), Keyakinan (*assurance*), dan Empati (*empathy*) secara simultan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan (penumpang kereta api).

Skripsi telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal : 31 Agustus 2010

Abstrak telah disetujui oleh pembimbing dan penguji.

Tanda Tangan				
Nama Terang	Eri Besra, SE MM	Asmi Abas, SE MM	Suziana, SE MM	Alfitman, SE.Msi

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen:

Dr. Harif Amali Rival, SE M Si
Nip. 197102211997011001

Tanda Tangan

Alumnus telah mendaftar ke Fakultas / Universitas Andalas dan mendapat nomor Alumnus:

	Petugas Fakultas/ Universitas	
Nomor Alumni Fakultas:	Nama	Tanda Tangan
Nomor Alumni Universitas:	Nama	Tanda Tangan

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam kehidupan ekonomi, peranan sektor jasa semakin lama semakin luas. Hidup kita sehari-hari banyak terbantu dan tergantung pada berbagai jenis jasa, misalnya jasa transportasi (angkutan umum, sopir pribadi), telekomunikasi (telepon, fax, surat elektronik, internet), pendidikan, binatu, reparasi dan jasa financial (bank, asuransi, pegadaian, pasar modal).

Beberapa contoh tersebut merupakan sebagian dari sekian jenis banyak jasa yang berkembang pada masa sekarang. Bisa kita bayangkan betapa berpengaruhnya bisnis jasa dalam dunia modern. Apalagi pada masa sekarang setiap konsumen tidak lagi sekedar membeli suatu produk, tetapi juga aspek jasa atau pelayanan yang melekat pada produk tersebut, mulai dari tahap pra pembelian hingga tahap purna beli.

Perkembangan ekonomi dewasa ini menuntut adanya jasa transportasi sebagai sarana penunjang dalam aktifitas masyarakat maupun perusahaan. Angkutan penumpang yang mempunyai kapasitas angkut besar, dapat menempuh perjalanan dalam waktu relative singkat dan aman menjadi alternative pilihan konsumen sebanyak mungkin.

PT. Kereta Api Indonesia (KAI) Padang sebagai suatu perusahaan jasa transportasi, tidaklah terlepas dari adanya persaingan, persaingan terjadi karena telah banyak nya perusahaan yang menawarkan jasa sejenis, seperti yang

dilakukan oleh perusahaan-perusahaan *tour and travel* yang mulai banyak di kota Padang.

Salah satunya jasa yang ditawarkan oleh PT. KAI Padang adalah angkutan penumpang KA Si Binnuang yang melayani perjalanan Pariaman – Padang (PP).

Berhasil tidaknya KA Si Binnuang pada PT. KAI Padang ini, memenuhi kebutuhan, keinginan serta kepuasan pelanggan akan sangat tergantung pada pelayanan yang diberikan oleh PT. KAI Padang tersebut kepada para konsumen.

Untuk mengungguli para pesaingnya, maka perusahaan haruslah memiliki keunggulan bersaing (*Competitive Advantages*) yang dapat menjadi suatu kekuatan, sehingga konsumen akan lebih cenderung memberikan nilai lebih kepada perusahaan, dibandingkan dengan perusahaan lain. Adapun hal yang menyebabkan perusahaan diberi nilai yang lebih tinggi dibandingkan para pesaingnya, berkenaan dengan perhatian perusahaan terhadap kualitas pelayanan jasa.

Banyak upaya dapat dilakukan oleh perusahaan untuk memberikan kepuasan yang optimal kepada konsumennya. Salah satunya dengan memberikan pelayanan sebaik-baiknya sesuai dengan keinginan konsumen. Pemberian pelayanan ini bertujuan untuk membedakan penawaran yang dilakukan perusahaan dengan penawaran yang diberikan perusahaan-perusahaan lain yang bergerak dalam bisnis sama.

Pelaksanaan pelayanan secara menyeluruh dirasakan sangat penting, mengingat bahwa konsumen yang puas akan kembali memakai jasa perusahaan tersebut, mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan dan menempatkan

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Secara keseluruhan penelitian ini disusun sebagai usaha untuk melakukan analisis terhadap pengaruh faktor-faktor kualitas layanan yang diberikan oleh kereta api si Binuang terhadap kepuasan penumpang. Hasil penelitian ini memperkuat konsep yang menyatakan bahwa faktor-faktor kualitas layanan yang terdiri dari Berwujud (*tangible*), Keandalan (*reliability*), Ketanggapan (*responsiveness*), Keyakinan (*assurance*), dan Empati (*empathy*) secara simultan membenkan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan (penumpang kereta api).

Berdasarkan hal tersebut maka dikembangkan beberapa pernyataan yang telah didukung oleh bukti empiris dalam penelitian ini, yaitu :

1. Kualitas pelayanan yang pengukurannya dikembangkan oleh Parasuraman *et al* (1988, 1991, 1994) dengan kelima faktornya, masing-masing adalah Berwujud (*tangible*), Keandalan (*reliability*), Ketanggapan (*responsiveness*), Keyakinan (*assurance*), dan Empati (*emphaty*), dan dalam penelitian ini secara keseluruhan diukur dengan 22 item pertanyaan dinyatakan terbuktimampu memberikan pengaruh secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan penumpang kereta api Si Binuang. Walaupun hasil penelitian ini menunjukkan tingkat kepuasan yang belum memenuhi keinginan penumpang, namun apabila dilakukan perbaikan terhadap masing-masing faktor kualitas

DAFTAR PUSTAKA

- Parasuraman A., Zeithaml V.A., and Berry L.L., 1988, "SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Customer Perceptions of Service Quality", **Journal of Retailing**, 64 (Spring), 12-40
- Parasuraman A., Zeithaml V.A., and Berry L.L., 1991, "Refinement and Reassessment of the SERVQUAL Scale", **Journal of Retailing**, Vol. 67 No. 4, pp. 420-450, Winter
- Parasuraman A., Zeithaml V.A., and Berry L.L., 1994, "Reassessment of Expectation as a Comparison Standard in Measuring Service Quality: Implications for Future Research", **Journal of Marketing**, Vol. 58, pp. 111-124, January
- Pitt L., 1999, "Cyberservice: Taming Service Marketing Problems with the World Wide Web", **Business Horizons**, Jan-Feb, also available on: www.findarticles.com
- Pitt, Leyland F, 2000, "Turning Competitive Advantage into Customer Equity", **Business Horizons**, September, pp.5-43, also available on www.fmdarticles.com
- Poerdianto E., 2001, **Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Kinerja Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan PDAM Kota Semarang**, Tesis pada Program Studi Magister Manajemen Universitas Diponegoro, Semarang
- Reichheld, F. and W.E. Sasser, Jr., 1990, "Zero Defections: Quality Comes to Services", **Harvard Business Review**, Vol.68, September/ October, pp.105-111
- Sambadan, Rajan, 1995, "Switching Behaviour in Automobile Markets: A Consideration-sets Model", **Journal of the Academy of Marketing Science**, 23 (1), pp. 57-65
- Samuel, 2001, **Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Terbentuknya Service Switching pada Pelanggan Telepon Fix Line di PT. TELKOM Divre-IV JATENG dan DIY**, Thesis Program Studi Magister Management Universitas Diponegoro, Semarang
- Sansom, Kevin & Franceys Richard, 2000, "Strategic Marketing to Improve Both Water Utility Finances and Services to Poor Urban Water Consumers", www.lboro.ac.uk/wedc/projects/psd/, June
- Simamora, Bilson. 2001. *Remarketing For Business Recovery*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama