

PENGARUH *SERVICE QUALITY* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KERETA API DI KOTA PADANG

Nadia Astika Wati¹, Linda Wati¹

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta

Email: nadiaastika01@gmail.com, Linda@yahoo.co.id

PENDAHULUAN

Pada saat ini transportasi umum mengalami penurunan peminat penumpang, dikarenakan jumlah pemilik kendaraan pribadi yang semakin meningkat. Tetapi tidak terjadi penurunan peminat pada transportasi kereta api karena, salah satu transportasi yang dapat melakukan penambahan jumlah, teknologi, inovasi dan pelayanan adalah kereta api, sehingga dapat menambah jumlah pengangkutan penumpang dengan cara menambah jumlah gerbong kereta agar mampu menampung penumpang lebih banyak. Kepuasan pelanggan adalah Perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan [1]. Kualitas layanan (*service quality*) merupakan penilaian pelanggan terhadap suatu proses penyedia jasa. Dengan demikian pengevaluasian *service quality* dapat diartikan sebagai pengevaluasian terhadap suatu proses produksi jasa. [2]. Dalam setiap perusahaan terutama yang bergerak dibidang jasa. Kualitas layanan (*service quality*) harus dimiliki oleh perusahaan tersebut. Karena dengan kualitas layanan, kepuasan konsumen perusahaan dapat mengukur hasil kinerja yang didapatkan atau yang telah dicapainya.

METODE

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah menggunakan metode *purposive sampling* dan peneliti menyebarkan untuk pengumpulan data, jenis penelitian ini

adalah kuantitatif. Data kuantitatif, yakni data yang dilakukan pengukuran pada skala numeric (angka) [3]. Populasi adalah keseluruhan objek dalam suatu penelitian, seperti sekelompok orang atau peristiwa yang ingin diselidiki oleh peneliti [4]. Target populasi pada penelitian ini masyarakat di kota padang yang bepergian menggunakan kereta api. berjumlah 53.568. Berdasarkan perhitungan Slovin maka jumlah sampel dalam penelitian sebanyak 229 orang. Teknik pengambilan sampel dengan sebagai metode *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini angket atau kuisisioner. Variable kepuasan pelanggan dijadikan sebagai variable dependen dan kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik sebagai variable independen. Instrumen yang digunakan untuk memperoleh data menggunakan kuisisioner dengan skala likers [5]. Analisis deskriptif diperlukan agar mengetahui tingkat capaian responden (TCR), pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan SPSS digunakan sebagai alat pengolahan data dan pengujian hipotesis. Teknik analisis data dalam penelitian menggunakan Uji validitas dan reliabilitas, Uji Asumsi Klasik, Uji Normalitas, Koefisien Determinasi, dan Uji Hipotesis dengan Uji T.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengujian hipotesis uji T dilaksanakan guna memastikan ada tidaknya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen [6]. Pengujian hipotesis uji T menerapkan uji dengan kriteria jika nilai

signifikan besar dari 0,05 maka tidak terdapat pengaruh secara parsial antara variabel independent terhadap variabel dependen, namun jika nilai signifikan kecil dari 0,05 maka terdapat pengaruh secara parsial antara variabelindependen terhadap dependen [6]. Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan, pengaruh langsung antara variabel ini dapat dilihat dari hasil uji T pada tabel 1 dibawah ini :

Tabel 1. Hasil Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.192	1.493		.798	.425
	Kehandalan	.286	.043	.400	6.655	<.001
	Daya Tanggap	.101	.055	.112	1.835	.068
	Jaminan	-.033	.075	-.029	-.442	.659
	Empati	.191	.077	.173	2.479	.014
	Bukti Fisik	.103	.075	.095	1.377	.170

Berdasarkan tabel 1 diatas, hipotesis pertama (H1) bahwa nilai signifikan kehandalan terhadap kepuasan pelanggan sebesar $0,001 < 0,05$ yang mana bisa diambil kesimpulan bahwa adanya pengaruh kehandalan terhadap kepuasan pelanggan. Hipotesis kedua (H2) bahwa nilai signifikan daya tanggap terhadap kepuasan pelanggan sebesar $0,068 > 0,05$ yang mana bisa diambil kesimpulan bahwa tidak adanya pengaruh daya tanggap terhadap kepuasan pelanggan. Hipotesis ketiga (H3) bahwa nilai signifikan jaminan terhadap kepuasan pelanggan sebesar $0,659 > 0,05$ yang mana bisa diambil kesimpulan bahwa tidak adanya pengaruh jaminan terhadap kepuasan pelanggan. Hipotesis keempat (H4) bahwa nilai signifikan empati terhadap kepuasan pelanggan sebesar $0,014 < 0,05$ yang mana bisa diambil kesimpulan bahwa adanya pengaruh empati terhadap kepuasan pelanggan. Hipotesis kelima (H5) bahwa nilai signifikan bukti fisik terhadap kepuasan pelanggan sebesar $0,170 > 0,05$ yang mana bisa diambil kesimpulan bahwa

tidak adanya pengaruh bukti fisik terhadap kepuasan pelanggan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dalam penelitian ini menunjukan bahwa variabel kehandalan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Daya tanggap tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Jaminan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Empati berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Bukti fisik tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian ini masih jauh dari kata kesempurnaan maka untuk penelitian selanjutnya disarankan dapat mengembangkan model penelitian ini dengan mempertimbangkan atau menambahkan variabel lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTKA

- [1] Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2017 Manajemen Pemasaran. Edisi 12 Jilid Jakarta : Erlangga
- [2] Sasongko, F. (2013). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan restoran ayam penyet ria. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 1(2), 1-7.
- [3] Sekaran, U. (2006). Research Methods for Business Metode Penelitian Untk Bisnis. Jakarta: Salemba Empat.
- [4] Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT. Alfabet.
- [5] Arikunto. 2006. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek. Jakarta : PT. Rineka Cipta
- [6] Ghozali, Imam. (2016). Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program SPSS. Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

