

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh nilai pelanggan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Kereta Api Indonesia (Persero) Stasiun Kertapati Palembang. Kepuasan pelanggan merupakan salah satu faktor penting yang menentukan keberhasilan perusahaan jasa dalam mempertahankan pelanggan dan meningkatkan daya saing. Nilai pelanggan dan kualitas pelayanan menjadi faktor yang dapat memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diterima. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan PT Kereta Api Indonesia (Persero) Stasiun Kertapati Palembang. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dan dianalisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi (R^2), uji t, dan uji F dengan bantuan program Statistical Product and Service Solutions (SPSS). Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa variabel nilai pelanggan memperoleh nilai rata-rata sebesar 4,23 dengan kategori sangat tinggi, kualitas pelayanan memperoleh nilai rata-rata sebesar 4,28 dengan kategori sangat baik, dan kepuasan pelanggan memperoleh nilai rata-rata sebesar 4,30 dengan kategori sangat puas. Hasil analisis inferensial menunjukkan bahwa nilai pelanggan dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan baik secara parsial maupun simultan. Dengan demikian, peningkatan nilai pelanggan dan kualitas pelayanan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan pada PT Kereta Api Indonesia (Persero) Stasiun Kertapati Palembang.

Kata Kunci: Nilai Pelanggan, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the effect of customer value and service quality on customer satisfaction at PT Kereta Api Indonesia (Persero), Kertapati Railway Station, Palembang. Customer satisfaction is one of the important factors that determine the success of a service company in retaining customers and improving its competitiveness. Customer value and service quality are factors that can influence the level of customer satisfaction with the services received. This study employed a quantitative method with an associative approach. The population consisted of customers of PT Kereta Api Indonesia (Persero), Kertapati Railway Station, Palembang. The sampling technique used was purposive sampling with a total sample of 100 respondents. Data were collected through questionnaires and analyzed using validity tests, reliability tests, multiple linear regression analysis, coefficient of determination (R^2), t-test, and F-test with the assistance of Statistical Product and Service Solutions (SPSS). The descriptive analysis results indicate that the customer value variable obtained a mean score of 4.23 categorized as very high, service quality obtained a mean score of 4.28 categorized as very good, and customer satisfaction obtained a mean score of 4.30 categorized as very satisfied. The inferential analysis results show that customer value and service quality have a positive and significant effect on customer satisfaction, both partially and simultaneously. Therefore, improving customer value and service quality can increase customer satisfaction at PT Kereta Api Indonesia (Persero), Kertapati Railway Station, Palembang.

Keywords: *Customer Value, Service Quality, Customer Satisfaction.*