

BAB I

PENDALUAN

1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul

Di era globalisasi saat ini, semakin banyak kegiatan yang dilakukan oleh masyarakat dan semakin beragam pula jenisnya. Dalam kehidupan masyarakat, transportasi merupakan salah satu aspek terpenting karena alat transportasi sangat berkontribusi besar pada kehidupan sehari-hari masyarakat. Sebagai penunjang berbagai aktivitas masyarakat, transportasi berperan untuk menunjang kegiatan masyarakat yang ingin bepergian dari suatu tempat ke tempat lain. Masyarakat dapat dengan mudah mengakses berbagai daerah atau bepergian baik pada jarak yang dekat maupun jarak jauh yang tidak dapat kita tempuh dengan hanya berjalan kaki dengan menggunakan alat transportasi.

Semakin berkembangnya berbagai alat transportasi menjadikan banyak industri pelayanan jasa transportasi mengembangkan usahanya tersebut. Salah satu transportasi yang ada di Indonesia yaitu transportasi dengan menggunakan kereta api. Transportasi kereta ini telah ada sejak zaman penjajahan sebelum Indonesia merdeka. Kereta api merupakan angkutan umum yang memiliki beberapa gerbong sehingga bisa mengangkut penumpang dengan jumlah yang banyak. Seiring dengan perkembangan alat-alat transportasi saat ini, kereta api pun telah menawarkan pelayanan perjalanan yang cukup baik. Mulai dari tiket yang bisa dibeli masyarakat pada minimarket seperti indomart, alfamart dan lain sebagainya hingga pelayanan ruang kereta yang telah menggunakan AC dan juga keamanan didalam kereta.

Kualitas layanan sangatlah penting dalam suatu perusahaan. Baik dan buruknya suatu perusahaan bisa dilihat dari kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan tersebut kepada konsumennya. Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting dalam dunia bisnis karena sangat berpengaruh terhadap pandangan konsumen terhadap kinerja penyedia layanan jasa secara keseluruhan. Agar konsumen puas akan layanan yang

diberikan maka perusahaan harus memberikan pelayanan yang maksimal terhadap konsumennya. Bila konsumen puas akan pelayanan yang diberikan oleh pihak penyedia layanan jasa maka kemungkinan besar konsumen akan kembali menggunakan pelayanan tersebut secara berulang-ulang.

Semakin maraknya bisnis penyedia layanan jasa transportasi, semakin banyak pula strategi yang dilakukan oleh pelaku bisnis layanan jasa ini untuk menarik pelanggan. Salah satu strategi bersaing yang dilakukan agar penjualan suatu penyedia layanan jasa lebih unggul dibandingkan dengan para pesaingnya adalah dengan memberikan pelayanan yang berkualitas dan harga yang sesuai, sehingga konsumen akan merasa puas dan akan mengulang untuk menggunakan kembali jasa yang ditawarkan penyedia layanan jasa tersebut. Strategi ini juga digunakan oleh PT Kereta Api Indonesia dalam menarik pelanggan untuk terus menggunakan transportasi kereta api.

PT Kereta Api Indonesia (Persero) Sub Divisi Regional III.1 Kertapati adalah salah satu perusahaan yang ada diwilayan Palembang dan bergerak dibidang penyedia jasa angkutan umum dengan kereta api. Pada PT Kereta Api Indonesia (Persero) terdapat dua jenis angkutan kereta yaitu kereta angkutan barang dan kereta angkutan umum. Kereta angkutan umum membawa penumpang dengan berbagai daerah tujuan sedangkan kereta barang membawa barang-barang seperti batu bara dan lain sebagainya. Aktivitas manusia saat ini semakin padat, maka dari itu PT Kereta Api hadir untuk memberikan solusi tersebut. Salah satu kelebihan dari kereta api ini adalah bebas dari kemacetan lalu lintas yang bisa menghambat pekerjaan dan kegiatan.

Oleh karena bidangnya merupakan pelayanan jasa, PT Kereta Api harus benar-benar memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggannya agar tidak tersaingi oleh angkutan lain seperti travel dan lain sebagainya. Bagus atau tidaknya pelayanan yang diberikan bisa dilihat dari jumlah penjualan tiket setiap harinya. Seperti yang telah diuraikan di atas bahwa pelanggan atau konsumen bisa dibilang puas dengan pelayanan yang diberikan jika pelanggan tersebut kembali menggunakan pelayanan jasa yang

ditawarkan. Dengan demikian kualitas pelayanan jasa yang diberikan oleh PT Kereta Api akan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan kereta api, bila penjualan tiket meningkat maka bisa dikatakan bahwa pelanggan puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh PT Kereta Api telah baik dan berkualitas.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian pada PT Kereta Api Indonesia (Persero) Sub Divisi Regional III.1 Kertapati dengan mengambil judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Kereta Api Indonesia (Persero) Sub Divisi Regional III.1 Kertapati”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan dalam latar belakang diatas, maka permasalahan yang akan diambil dan dibahas dalam laporan akhir ini adalah:

1. Bagaimana kualitas pelayanan jasa yang diberikan pihak PT Kereta Api Indonesia (Persero) Sub Divisi Regional III.1 kertapati kepada konsumen?
2. Dari variabel-variabel kualitas pelayanan: berwujud, kehandalan, ketanggapa, jaminan dan perhatian, empati, variabel manakah yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan kereta api?

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

Agar dalam penulisan Laporan Akhir ini nantinya dapat terarah dan tidak menyimpang dari masalah-masalah yang ada, maka dari itu penulis memberikan batasan terhadap ruang lingkup pembahasan. Adapun ruang lingkup yang akan dibahas oleh penulis yaitu:

1. Bagaimana kualitas pelayanan jasa yang diberikan pihak PT Kereta Api Indonesia (Persero) Sub Divisi Regional III.1 kertapati kepada konsumen?
2. Dari variabel-variabel kualitas pelayanan: berwujud, kehandalan, ketanggapan, jaminan dan kepastian, empati, variabel manakah yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan kereta api?

1.4 Tujuan dan Manfaat

1.4.1 tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan dalam penulisan laporan akhir ini, tujuan utama yang hendak dicapai oleh penulis dalam melakukan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh variabel dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT Kereta Api Indonesia (Persero) Sub Divisi Regional III.1 Kertapati.
2. Untuk mengetahui variabel-variabel kualitas pelayanan yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT Kereta Api Indonesia (Persero) Sub Divisi Regional III.1 Kertapati.

1.4.2 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang bisa didapat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi penulis
Mampu menerapkan ilmu yang telah diterima penulis selama ini dan dapat menambah pengetahuan serta wawasan bagi penulis mengenai kenyataan yang berkaitan dengan bidang pemasaran
2. Bagi perusahaan
Sebagai bahan informasi dan masukan bagi perusahaan untuk lebih meningkatkan lagi kualitas pelayanan terhadap pelanggan sehingga dapat memuaskan pelanggan dan pelanggan akan kembali menggunakan jasa yang diberikan.
3. Bagi pembaca
Sebagai bahan bacaan yang bermanfaat dan juga dapat menambah pengetahuan serta wawasan bagi pembaca dalam mengetahui ilmu di bidang pemasaran yang berkaitan dengan kualitas pelayanan.

1.5 Metode Penelitian

1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Kegiatan penelitian ini dilaksanakan pada PT Kereta Api Indonesia (Persero) Sub Divisi Regional III.1 Kertapati yang beralamat di jalan Stasiun No. 2 Kertapati, Palembang.

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

1. Data Primer

Data primer diperoleh secara langsung melalui penelitian di PT Kereta Api Indonesia (Persero) Sub Divre III.1 Kertapati, berupa sejumlah informasi dan keterangan serta hal lain yang berhubungan dengan objek yang akan diteliti. Sumber yaitu berupa data hasil wawancara dan kuisisioner yang diambil dari perusahaan.

2. Data Sekunder

Data sekunder dalam laporan ini penulis peroleh dari perusahaan dalam bentuk yang sudah dikumpulkan dan telah diolah oleh pihak perusahaan.

1.5.3 Teknik Pengumpulan Data

Adapun metode yang digunakan penulis dalam menyusun laporan akhir ini yaitu sebagai berikut:

1. Riset Lapangan

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan penulis dalam riset lapangan ini adalah:

a. Kuisisioner

Metode ini dilakukan dengan cara memberikan angket kuisisioner kepada pelanggan PT Kereta Api Indonesia (Persero) Sub Divisi Regional III.1 Kertapati.

b. Wawancara

Penulis melakukan wawancara langsung dengan karyawan pelayanan PT Kereta Api Indonesia (Persero) Sub Divisi Regional III.1 Kertapati yang diberikan wewenang oleh perusahaan untuk

memberikan informasi atau data-data yang diperlukan berupa profil perusahaan.

2. Riset Pustaka

Penulis mencari bahan atau data yang dibutuhkan untuk menyelesaikan laporan akhir dengan cara membaca buku-buku yang berhubungan dengan pemasaran dan referensi-referensi lain yang berkaitan dengan penulisan laporan ini.

1.5.4 Analisis Data

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013: 115)

Populasi yang dimaksud yaitu merupakan seluruh konsumen pada PT Kereta Api Indonesia (Persero) Sub Divisi Regional III.1 Kertapati yang menggunakan kereta pada bulan Desember 2013 sampai dengan bulan Februari 2014 yang berjumlah 188.027 selama tiga bulan terakhir.

2. Sampel

Sampel adalah bagian kecil dari suatu populasi (Umar, 2013: 77). Jumlah sampel pada penelitian ini di ambil dari jumlah populasi konsumen PT Kereta Api Indonesia (Persero) Sub Divisi Regional III.I Kertapati. Penarikan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus slovin (Umar, 2013:77):

$$n = \frac{N}{1 + N e^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Persentase kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel, yaitu sebesar 10%.

Perhitungan:

$$n = \frac{188.027}{1 + 188.027 (10\%)^2}$$

$$n = \frac{188.027}{1 + 188.027 (0.01)}$$

$$n = \frac{188.027}{1881,27}$$

$n = 99,946$ atau dibulatkan menjadi 100

Jadi, sampel pada penelitian ini yaitu berjumlah 100 sampel.

3. Teknik Sampling

Penentuan sampel dilakukan dengan menggunakan *teknik sampling Purposive* dan sampel pada penelitian ini adalah konsumen yang sering atau pernah menggunakan kereta api pada PT Kereta Api Indonesai (Persero) Sub Divisi Regional III.1 Kertapati. Sampel dipilih secara acak tanpa menentukan daerah tujuannya.

Menurut Sugiyono (2013:122) teknik sampling purposive adalah teknik penentuan sample dengan pertimbangan tertentu. Misalnya akan melakukan penelitian tentang kualitas makanan, maka sampel sumber datanya adalah orang yang ahli makanan. Penelitian yang dilakukan pada penelitian ini yaitu kualitas pelayanan kereta api jadi sampel sumber datanya adalah orang yang sering atau pernah menggunakan kereta api.

Skala yang dipakai untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan terhadap kualitas pelayanan jasa adalah skala likert yang terdiri dari sangat setuju, setuju, kurang setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Tabel 1.1
Pengukuran Skala Likert

PENILAIAN		SKOR
Variabel Independen (X)	Variabel Dependen (Y)	
Sangat Setuju	Sangat Puas	5
Setuju	Puas	4
Kurang Setuju	Kurang Puas	3
Tidak Setuju	Tidak Puas	2
Sangat Tidak Setuju	Sangat Tidak Puas	1

1.5.5 Teknik Analisis Data

1. Metode Kualitatif

Metode kualitatif yaitu data-data yang tidak berbentuk angka tetapi berupa serangkaian informasi yang digali dari hasil penelitian tapi masih dalam bentuk yang berupa keterangan saja. Teknik analisa kualitatif digunakan untuk menjelaskan data-data yang diperoleh dari penelitian dan menghubungkannya dengan teori-teori yang ada.

2. Metode Kuantitatif

Metode kuantitatif yaitu data yang berbentuk angka yang kemudian diolah, dianalisis dan diambil kesimpulan yang menggambarkan objek tersebut. Untuk pengolahan data digunakan SPSS versi 16.0 *for Windows* dengan analisa sebagai berikut:

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan sesuatu instrumen (yusi dan Idris, 2009:88). Data yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner oleh penulis akan diuji validitasnya dengan langkah pertama membuat klasifikasi, tabel yaitu batasan mengena variabel yang akan diukur.

Kemudian menentukan terhadap konstruk apakah valid maka dicari nilai r tabel dengan program SPSS. Nilai r hasil dibandingkan dengan r tabel. Jika r hasil positif dan r hasil > r tabel, maka variabel tersebut valid. Jika r hasil tidak positif dan r hasil < r tabel maka variabel tersebut tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Kuncoro (2003:154), reliabilitas menunjukkan konsistensi dan stabilitas dari suatu skor (skala pengukuran). Reliabilitas merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan untuk menguji sejauh mana pengukuran memeberikan hasil yang relative stabil bila dilakukan pengukuran kembali.

3. Regresi Berganda

Menurut Sugiyono (2008:277), regresi digunakan oleh peneliti bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Persamaan regresi berganda dapat ditulis sebagai berikut:

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

Dimana:

Y = Kepuasan Pelanggan

a = Konstanta atau nilai Y apabila X = 0

b = Koefisien Regresi

X₁ = Berwujud

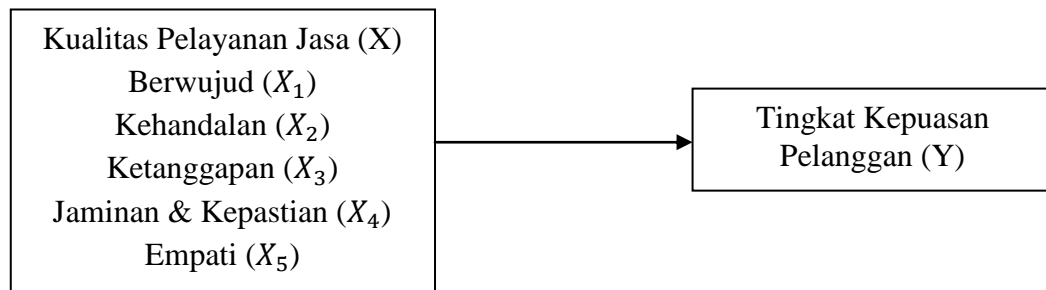
X₂ = Keandalan

X₃ = Ketanggapan

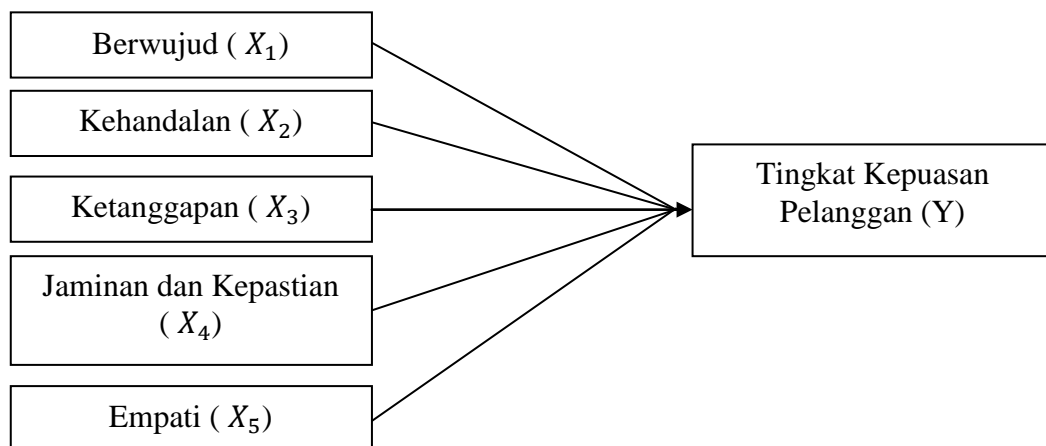
X₄ = Jaminan dan Kepastian

X₅ = Empat

Gambar 1.1
Kerangka Konseptual Penelitian Uji f



Gambar 1.2
Kerangka Konseptual Penelitian Uji t



Keterangan:

1. Kualitas pelayanan jasa (X)

Merupakan kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak penyedia jasa kepada para pelanggan yang meliputi lima dimensi kualitas pelayanan yaitu:

- a. Berwujud (X₁), atau bukti fisik yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal dimana penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana perusahaan yang dapat diandalkan serta keadaan lingkungan sekitar merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan. Bukti fisik tersebut yaitu berupa keadaan alat transportasi, penampilan pegawai, perlengkapan serta ruang tunggu penumpang.

- b. Keandalan (X2), yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan dan dengan sikap yang simpatik kepada pelanggan.
 - c. Ketanggapan (X3), yaitu kebijakan untuk membantuk dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas.
 - d. Jaminan dan kepastian (X4), yaitu kesopansantunan, pengetahuan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan yang meliputi kredibilitas, keamanan, kompetensi dan sopan santun.
 - e. Empati (X5), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan.
2. Tingkat kepuasan pelanggan (Y)

Tingkat kepuasan pelanggan merupakan perasaan puas terhadap kualitas pelayanan jasa yang telah diberikan oleh pihak penyedia layanan jasa atau yang telah diberikan oleh para karyawan baik itu puas terhadap perlengkapan transportasi, ketepatan waktu pelayanan, pelayanan yang baik, keamanan serta perhatian yang diberikan oleh perusahaan penyedia layanan jasa.