

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Kereta Api Penataran di Stasiun Gubeng Surabaya

Nama

Krisna Indrawan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Email : krisnaindrawan1996@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to find out and analyze the influence of service quality and price perceptions on the satisfaction of consumers of Penataran trains at Gubeng Surabaya station. This study is a causal associative study using a quantitative approach. Causal associative research in research aims to determine the effect of two or more variables. The sample in this study was 100 people. Data collection by observation and using questionnaires and answers from respondents, namely five-scale scale and data analysis techniques used are multiple linear regression analysis. The data in this study were processed using computer application assistance through the SPSS 16 for Windows program. The results of this study show partially (1) service quality has a significant influence on customer satisfaction. This is evidenced by the table t count of 4.997 greater than t table (4,997 > 1,998) (2) the perception of prices does not have a significant effect on customer satisfaction. This is evidenced by the table t count 0.911 smaller than t table 1.998 (0.911 < 1.988) (3) with the calculation of the f test shows that the calculated f value is 16.338 greater than f table 3.09.

Keywords: Service Quality, Price Perception, Costumer Satisfaction.

I. PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi seperti saat ini, persaingan di dunia bisnis yang dihadapi setiap perusahaan menjadi persaingan yang sangat ketat seiring dengan meningkatnya pertumbuhan perekonomian, perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan. Dengan pertumbuhan tersebut, menjadikan konsumen lebih pintar dalam memilih suatu produk atau jasa. Kelangsungan hidup sebuah perusahaan sangat bergantung pada kepuasan para konsumen. Perusahaan perlu melakukan berbagai cara untuk menarik minat konsumen, diantaranya yaitu dengan meningkatkan kualitas pelayanan dan harga yang sesuai dengan konsumen.

Di Indonesia, perkembangan kehidupan manusia yang semakin pesat, padat, dan diiringi oleh semakin pesatnya aktifitas dan mobilitas penduduknya, maka sarana transportasi merupakan suatu bagian yang tidak dapat dipisahkan dan sangat dibutuhkan masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Untuk memperlancar aktifitas dan mobilitas tersebut, masyarakat bisa menggunakan salah satu jenis moda transportasi yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat Indonesia yaitu kereta api. Kereta api mempunyai keunggulan tersendiri, diantaranya: tingkat keselamatan tinggi, bersahabat dengan lingkungan, serta mampu mengangkut penumpang dengan jumlah yang cukup banyak.

PT Kereta Api (Persero) merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang mengelola sarana dan prasarana transportasi kereta api di Indonesia. PT Kereta Api Indonesia (Persero) memiliki beberapa bagian di masing-masing kota besar. Salah satu bagiannya adalah Daerah Operasi di Pulau Jawa, dimana daerah operasi tersebut ditempatkan di beberapa kota besar oleh pemerintah, pembagian tersebut adalah:

- Daerah Operasi 1 Jakarta
- Daerah Operasi 2 Bandung
- Daerah Operasi 3 Cirebon
- Daerah Operasi 4 Semarang
- Daerah Operasi 5 Purwokerto
- Daerah Operasi 6 Yogyakarta
- Daerah Operasi 7 Madiun
- Daerah Operasi 8 Surabaya
- Daerah Operasi 9 Jember

Salah satu kota yang ditempatkan oleh pemerintah yaitu kota Surabaya yang dikenal DAOP VIII Surabaya (Daerah Operasi VIII Surabaya). PT Kereta Api (Persero) DAOP VIII Surabaya merupakan kantor wilayah PT Kereta Api yang ada di kawasan Surabaya dan sekitarnya. PT Kereta Api DAOP VIII Surabaya sendiri mengoperasikan beberapa kereta jarak jauh, jarak sedang maupun jarak dekat. Untuk jarak dekat, PT Kereta Api DAOP VIII Surabaya menyediakan beberapa kereta api, salah satunya yaitu kereta api kelas ekonomi untuk rute Surabaya - Blitar (lewat Malang) yang dapat memakai Kereta Api Penataran. Tiket Kereta Api Penataran dapat dipesan satu minggu sebelum keberangkatan sampai menjelang hari H keberangkatan (selama tiket masih tersedia). Kereta Api Penataran memiliki jadwal 4x keberangkatan, dengan jadwal keberangkatan dari stasiun Gubeng Surabaya pukul 04:41; 07:41 ; 11:36 ; 17:41.

PT KAI (Persero) juga merupakan perusahaan jasa yang menawarkan jasa pelayanan yang berkualitas dengan mengutamakan aspek keselamatan dan keamanan dengan harga tiket yang bersaing. Harga yang ditawarkan pun sesuai dengan kualitas pelayanan yang diberikan sehingga konsumen kereta api mendapat kepuasan ketika melakukan perjalanan dengan kereta api. Untuk harga tiket KA Penataran dihitung berdasarkan jarak yang ditempuh,

Jarak 0 km - 47 km (kilometer) = Rp 10.000 (sepuluh ribu rupiah)

Jarak 48 km - 95 km = Rp 12.000 (dua belas ribu rupiah)

Jarak 96 km - 170 km = Rp 15.000 (lima belas ribu rupiah)

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Kereta Api Penataran di Stasiun Gubeng Surabaya”**

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat dirumuskan masalah penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Kereta Api Penataran di Stasiun Gubeng Surabaya?
2. Apakah persepsi harga mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Kereta Api Penataran di Stasiun Gubeng Surabaya?
3. Apakah kualitas pelayanan dan persepsi harga mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Kereta Api Penataran di Stasiun Gubeng Surabaya?

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Kereta Api Penataran di Stasiun Gubeng Surabaya.
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan konsumen Kereta Api Penataran di Stasiun Gubeng Surabaya.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen Kereta Api Penataran di Stasiun Gubeng Surabaya.

Manfaat penelitian

1. Bagi perusahaan
Hasil penelitian ini diharapkan memberikan sumbangan pemikiran bagi perusahaan untuk dijadikan masukan dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan persepsi harga yang sesuai serta dapat berorientasi pada kepuasan konsumen
2. Bagi peneliti
Bagi peneliti, penelitian ini dapat digunakan untuk mengaplikasi teori-teori yang sudah diperoleh selama perkuliahan dan melihat perbandingan antara teori dan kenyataan.
3. Bagi masyarakat
Khususnya masyarakat pengguna jasa transportasi kereta api, hasil penelitian ini sangat berguna dalam memberikan masukan, saran, dan pandangan kepada perusahaan untuk peningkatan mutu atau kualitas pelayanan serta pencapaian kepuasan konsumen.

II. METODE

Teknik Analisis Data:

1. Uji Instrumen
 - a. Uji Validitas
 - b. Uji Reliabilitas
2. Regresi Linier Berganda

Teknik Uji Hipotesis:

1. Uji t (Parsial)
2. Uji f (Simultan)

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Teknik Analisis Data

1. Uji instrumen
 - a. Uji Validitas
Berikut hasil pengujian validitas dengan perhitungan program SPSS 16. Hasil analisis yaitu sig dibandingkan dengan taraf signifikan 0,05.

Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

No	r Hitung	r Tabel	Keterangan
1	0.509	0.1966	Valid
2	0.461	0.1966	Valid
3	0.570	0.1966	Valid
4	0.572	0.1966	Valid
5	0.582	0.1966	Valid
6	0.615	0.1966	Valid
7	0.647	0.1966	Valid
8	0.619	0.1966	Valid
9	0.710	0.1966	Valid
10	0.606	0.1966	Valid

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa semua instrumen dalam variabel kualitas pelayanan (X1) adalah valid, hal ini dibuktikan dengan nilai r hitung > r tabel. Masing-masing koefisien korelasi sehingga dapat digunakan dalam pengujian selanjutnya.

Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Harga (X2)

No	r Hitung	r Tabel	Keterangan
1	0.706	0.1966	Valid
2	0.826	0.1966	Valid
3	0.755	0.1966	Valid

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa semua instrumen dalam variabel persepsi harga (X2) adalah valid, hal ini dibuktikan dengan nilai r hitung > r tabel. Masing-masing koefisien korelasi sehingga dapat digunakan dalam pengujian selanjutnya.

Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

No	r Hitung	r Tabel	Keterangan
1	0.794	0.1966	Valid
2	0.740	0.1966	Valid
3	0.819	0.1966	Valid

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa semua instrumen dalam variabel kepuasan konsumen (Y) adalah valid, hal ini dibuktikan dengan nilai r hitung > r tabel. Masing-masing koefisien korelasi sehingga dapat digunakan dalam pengujian selanjutnya.

b. Uji reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuisioner dikatakan *reliable* atau handal jika jawaban seseorang konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Alpha	Keterangan
1	Kualitas Pelayanan (X1)	0.791	<i>reliable</i>
2	Persepsi Harga (X2)	0.641	<i>reliable</i>
3	Kepuasan Konsumen (Y)	0.688	<i>reliable</i>

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X1), persepsi harga (X2) dan kepuasan konsumen (Y) mempunyai *Cronboach Alpha* > 0,60, sehingga semua variabel tersebut dikatakan *reliable*.

2. Regresi Linier Berganda

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		T	Sig.
		B	Std. Error		
1	(Constant)	1.523	0.491	3.105	0.002
	Kualitas Pelayanan	0.594	0.119	4.997	0.000
	Persepsi Harga	0.085	0.093	0.911	0.364

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut di atas, diperoleh persamaan regresi linier berganda yang signifikan sebagai berikut:

$$Y = 1.523 + 0.594 X_1 + 0.085 X_2$$

Interpretasi dari model regresi di atas adalah sebagai berikut:

1. Konstanta (a) yang dihasilkan sebesar 1.523 menunjukkan bahwa besarnya nilai K. Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 1.523 jika Kualitas Pelayanan (X1) dan Persepsi Harga (X2) adalah konstan
2. Nilai koefisien Kualitas Pelayanan (β_1) sebesar 0.594 menunjukkan bahwa jika variabel Kualitas Pelayanan (β_1) meningkat satu satuan, maka akan mengakibatkan peningkatan Kepuasan Konsumen sebesar 1.523 dengan asumsi variabel lain konstan.
3. Nilai koefisien Persepsi Harga (β_2) sebesar 0.085 menunjukkan bahwa jika variabel Persepsi Harga (β_2) meningkat satu satuan, maka akan mengakibatkan peningkatan Kepuasan Konsumen sebesar 1.523 dengan asumsi variabel lain konstan.

Teknik Uji Hipotesis

1. Uji t parsial

Analisis ini digunakan untuk mengetahui ada pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial atau per variabel. Hasil uji parsial (Uji T) dapat dilihat pada tabel berikut:

Hasil Uji Parsial (Uji T)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.523	.491		3.105	.002
Kualitas_Pelayanan	.594	.119	.467	4.997	.000
Persepsi_Harga	.085	.093	.085	.911	.364

a. Dependent Variable: Kepuasan_Konsumen

Berdasarkan hasil analisis regresi diperoleh:

1. Nilai t hitung sebesar 4.997 > t tabel 1.988 dan nilai signifikansi (Sig) 0.00 < 0.05 berarti Ho ditolak dan Ha diterima, berarti ada pengaruh signifikan variabel Kualitas Pelayanan (X1) secara individual terhadap Kepuasan Konsumen (Y).
2. Nilai t hitung sebesar 0.911 < t tabel 1.988 dan nilai signifikansi (Sig) 0.364 > 0.05 berarti Ho diterima dan Ha ditolak, berarti tidak ada pengaruh signifikan variabel Persepsi Harga (X2) secara individual terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

2. Uji Simultan

Analisis ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara simultan atau bersama-sama antara variabel kualitas pelayanan (X₁) dan persepsi harga (X₂) terhadap kepuasan konsumen (Y). Hasil uji simultan (Uji F) dapat dilihat pada tabel berikut:

Hasil Uji Simultan (Uji F)
ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	11.228	2	5.614	16.338	.000 ^a
	Residual	33.332	97	.344		
	Total	44.560	99			

a. Predictors: (Constant), Persepsi_Harga, Kualitas_Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan_Konsumen

Berdasarkan hasil analisis regresi diperoleh:

Dari output SPSS di atas, diketahui F hitung adalah 16.338 dengan tingkat signifikansi sebesar 0.000 sedangkan F tabel pada taraf kepercayaan 95% (0.05) adalah 3.09. Pada kedua perhitungan F hitung > F tabel dan signifikansinya $0.000 < 0.05$, hal ini berarti hipotesis secara simultan variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan variabel Persepsi Harga (X2) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y).

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen kereta api Penataran di stasiun Gubeng Surabaya, sebagaimana telah diuraikan pada bab sebelumnya, dapat ditarik beberapa simpulan dan saran.

- 1) Dalam perumusan masalah, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan persepsi harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen kereta api Penataran di stasiun Gubeng Surabaya.
- 2) Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen kereta api Penataran di stasiun Gubeng Surabaya.
- 3) Kualitas pelayanan yang diberikan PT Kereta Api Indonesia (Persero) seperti rangkaian kereta api yang sudah bagus dan sesuai dengan kepuasan konsumen
- 4) Berdasarkan hasil uji Parsial (Uji T) kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen karena nilai signifikansi (Sig.) $0.00 < 0.05$, sedangkan persepsi harga mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen karena nilai signifikansi (Sig.) $0.911 > 0.05$.
- 5) Dalam uji validitas menunjukkan r tabel sebesar 0.1966 sehingga semua indikator menunjukkan valid karena nilai r hitung > r tabel.
- 6) Dalam uji reliabilitas menunjukkan bahwa semua variabel adalah *reliable* karena *Cronboach Alpha* > 0,6.

SARAN

Berdasarkan simpulan hasil penelitian di atas, adapun saran yang dapat diberikan adalah

- (1) Dari faktor kualitas pelayanan diharapkan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) tetap mempertahankan kualitas pelayanan yang baik sehingga konsumen merasa puas dan tetap memilih menggunakan jasa transportasi Kereta Api Penataran.
- (2) Penelitian mendatang dapat dilakukan dengan mengkaji kualitas pelayanan yang berorientasi kepada konsumen, sebagai salah satu menciptakan kepuasan konsumen (studi perbandingan pada jasa transportasi darat, laut dan udara).

V. REFERENSI

- Avila, Niko., Martha T.L., Diah A.E.* 2016. **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Bagian Customer Care PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Terhadap Kepuasan Konsumen di Stasiun Hall Bandung”**. E-Proceeding of Management, No 1, Vol.3, pp 770-777.
- Ghozali, Imam.* 2009. **Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS**. Cetakan Keempat. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hosang, Natasja., Altje T., S Moniharapon.* 2016. **“Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pasien (Studi Kasus Pada Rumah Sakit Siloam Manado)”**. Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi, No 01. Vol.16, pp 159-171.
- Kotler, P.* 2009. **Manajemen Pemasaran**. Jilid 2. Jakarta: Bumi Aksara.
- Lupiyodi, Rambat.* 2013. **Manajemen Pemasaran Jasa**. Edisi 3. Jakarta: Salemba Empat.
- Mustofa.* _____. **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Obyek Wisata Taman Lele di Semarang”**. Universitas Dian Nuswantoro.
- Prasetio, Ari.* 2012. **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan”**. Management Analysis Journal 1. Hal 1-6. Universitas Negeri Semarang. Semarang.
- Ratnasari, Ririn Tri dan Mastuti Aksa,* 2011. **Manajemen Pemasaran Jasa**. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Suryani, Tatik.* 2013. **Perilaku Konsumen di Era Internet : Implikasinya pada Strategi Pemasaran**. Edisi Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Tjiptono, fandy.* 2008. **Strategi Pemasaran**. Edisi 3. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Umi Narimawati.* 2008. **Metodelogi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif Teori dan Aplikasi**. Bandung: Agung Media