

**Kualitas Pelayanan Dan Harga Sebagai Antaseden
Kepuasan Konsumen Jasa Kereta Api
(Studi Kasus Pada Kereta Api Prameks
Jurusan Yogyakarta–Solo)**

Nur Khusnul Hamidah¹, Haeril²
Universitas Muhammadiyah Mataram (UMMAT)
Email:hairil@gmail.com

Kondisi persaingan transportasi dapat dilihat melalui aspek pelayanan terhadap penyedia jasa transportasi. Memberikan pelayanan kepada pelanggan merupakan keunggulan tersendiri bagi perusahaan. Kualitas pelayanan dalam perusahaan merupakan upaya perusahaan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, sehingga konsumen menilai bahwa harga yang dikeluarkan sesuai dengan kebutuhan konsumen, setiap perusahaan memiliki harapan untuk terus meningkatkan fasilitas-fasilitas serta pelayanan untuk menjadi lebih baik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis “Kualitas Pelayanan dan Harga Sebagai Antaseden Kepuasan Konsumen Kereta Api”. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati* dan *Harga*. Dependen yang digunakan yaitu *Kepuasan Konsumen*. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna Kereta Api Prameks yang sudah pernah menggunakan kereta api Prameks. Berdasarkan metode *purposive sampling* diperoleh 100 sampel responden. Jenis data yang digunakan adalah data primer. Data diperoleh dengan cara metode penyebaran kuisioner yang dibagikan langsung kepada responden yang memenuhi kriteria yang dibutuhkan. Dalam penelitian ini populasi ditujukan pada seluruh penumpang Kereta Api Prameks. Berdasarkan hasil analisis data, bahwa dimensi kualitas pelayanan yang signifikan adalah jaminan dengan nilai signifikan sebesar 0,006. Sementara atribut dimensi kualitas pelayanan yang memperoleh penilaian kepuasan yang tidak signifikan yaitu bukti fisik dengan nilai signifikan sebesar 0,591, keandalan dengan nilai signifikan sebesar 0,138, daya tanggap dengan nilai signifikan sebesar 0,935, empati dengan nilai signifikan sebesar 0,212, harga dengan nilai signifikan sebesar 0,350 terdapat pengaruh bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, harga dan Kepuasan Konsumen secara simultan dengan nilai signifikan sebesar 0,000 maka hipotesis diterima, dengan nilai *Adjusted R²* sebesar 26,1% yang artinya sebesar 73,9% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Kata kunci : *Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati, Harga dan Kepuasan Konsumen.*

PENDAHULUAN

Persaingan bisnis jasa transportasi yang semakin ketat sekarang ini menyebabkan banyak perusahaan yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen. Hal ini seakan menuntut setiap perusahaan jasa transportasi harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utamanya. Pada saat ini semakin banyak diyakini bahwa kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah dengan memberikan nilai lebih kepada pelanggan melalui penyampaian produk atau jasa yang berkualitas dengan harga yang mampu bersaing.

Jadi, untuk memuaskan pelanggan dan membina hubungan baik dengan pelanggan, maka suatu perusahaan harus membuat dirinya berbeda dengan para pesaing dan yang terutama adalah menambah nilai pada setiap pelayanan yang di berikan. Transportasi merupakan suatu sarana yang paling penting dalam membantu roda perekonomian, salah satunya ialah transportasi darat. Transportasi ini merupakan transportasi yang paling dominan di negara kita dibandingkan dengan moda transportasi lainnya seperti transportasi udara dan transportasi laut. Yogyakarta merupakan salah satu destinasi wisata favorit di wilayah Jawa Tengah sehingga banyak para wisatawan yang datang mengunjungi kota

Yogyakarta dari seluruh wilayah Indonesia bahkan dari Mancanegara (Riyanta, 2015).

Kebiasaan wisatawan berwisata ke kota Yogyakarta dengan membawa kendaraan pribadi memberikan kontribusi besar bagi kemacetan kota Yogyakarta. Selain wisatanya, kota Yogyakarta merupakan kota yang perekonomiannya cepat meningkat karena banyaknya lapangan pekerjaan yang tersedia di kota Yogyakarta. Banyak sekali masyarakat luar kota merantau ke kota Yogyakarta, sehingga pada hari raya ataupun libur panjang para perantau meluangkan waktunya untuk pulang ke kota asal mereka tinggal. Pernyataan diatas menjelaskan bahwa masyarakat membutuhkan sarana transportasi umum. Sarana transportasi berguna untuk memperlancar dan mempermudah aktifitas perekonomian masyarakat disamping kegiatan lainnya, karena bagi setiap masyarakat sarana transportasi untuk mendukung aktifitas dan kegiatan masyarakat yang ingin berpergian ke luar kota.

Menurut Parasuraman, dkk (2006) mengatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan dasar bagi pemasaran, karena inti produk yang dipasarkan adalah suatu kinerja (yang berkualitas). Konsep pelayanan yang baik akan mejadikan perusahaan bersaing dalam merebut konsumen. Sedangkan kinerja yang baik (berkualitas) dari sebuah konsep pelayanan menimbulkan situasi yang

kompetitif dimana hal tersebut dapat diimplementasikan melalui strategi penjualan, dan penentuan harga.

Menurut Kotler dan Armstrong dalam (Sukmawati 2011) Harga dapat menunjukkan kualitas merek dari suatu produk, dimana konsumen mempunyai anggapan bahwa harga yang mahal biasanya mempunyai kualitas yang baik. Pada umumnya harga mempunyai pengaruh yang positif dengan kualitas, semakin tinggi harga maka semakin tinggi kualitas. Konsumen mempunyai anggapan adanya hubungan yang positif antara harga dan kualitas suatu produk, maka mereka akan membandingkan antara produk yang satu dengan produk yang lainnya, dan barulah konsumen mengambil keputusan untuk membeli suatu produk.

Penulis memilih Kereta Api Prameks karena merupakan salah satu Kereta Api yang cukup terkenal bagi masyarakat yang ada di daerah Jawa Tengah, karena Kereta Api yang satu ini bisa mengantarkan ke berbagai jurusan di area jawa tengah dan sekitarnya seperti jurusan Yogyakarta-Solo, selain itu keistimewaan memilih kereta api Prameks ini cukup banyak, Kereta Api Prameks ini juga merupakan KA termurah, hanya dengan tarif Rp 8 ribu saja maka bisa menaiki Kereta Api Prameks jurusan Yogyakarta-Solo atau sebaliknya, bahkan sang pengelola juga sudah menerapkan pemesanan tiket kereta di awal

sebelum H-7 keberangkatan supaya mempermudah untuk memilih tempat duduk yang strategis menurut keinginan sendiri, selain itu juga KA Prameks mempermudah untuk melakukan pemesanan tiket secara online lewat situs Prameks.com.

Berdasarkan kondisi tersebut, maka penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Kualitas Pelayanan Dan Harga Sebagai Antaseden Kepuasan Konsumen Jasa Kereta Api (Studi Kasus Pada Kereta Api Prameks Jurusan yogyakarta – Solo).

TINJAUAN PUSTAKA

1. Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2009) Kualitas pelayanan adalah pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sesuai dengan standard pelayanan yang telah dibakukan sebagai pedoman dalam pemberian layanan. Standar pelayanan adalah ukuran yang telah ditentukan sebagai suatu pembakuan pelayanan yang baik.

Demikian Georges dan Sally (1993) dalam Mutiarin, D., & Zaenudin, A. (2014), menjelaskan bahwa kualitas pelayanan tentang jenis-jenis performansi tentang pelayanan yang diberikan oleh organisasi publik, yaitu volume pekerjaan (*workload*), ekonomis (*economic measures*), efisiensi (*efficiency*), efektivitas dan kesamaan (*equity*).

Kemudian Tjiptono (2009:269) mengemukakan bahwa terdapat lima dimensi utama untuk mengukur kualitas pelayanan yaitu:

1. Bukti fisik meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi, diukur dengan kondisi dan lokasi gedung, interior, dan penampilan pegawai
2. Keandalan yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan, diukur dengan pelayanan tepat waktu, kemudahan proses pembayaran, ketepatan pelaksanaan program promosi.
3. Daya tanggap yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap, diukur dengan ketepatan menyelesaikan keluhan, selalu siap membantu konsumen, dan kecepatan dan ketanggapan dalam pelayanan
4. Jaminan mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan, diukur dengan ketrampilan pegawai, pelayanan yang ramah dan sopan, kualitas produk sesuai
5. Empati meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami

kebutuhan para pelanggan, diukur dengan perhatian pegawai dengan sungguh-sungguh dan tidak membedakan status sosial dalam pelayanan

2. Definisi Harga

Kotler dan Armstrong dalam (Sukmawati 2011) Harga adalah salah satu unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan dan biaya, serta paling mudah disesuaikan yang bertujuan untuk mengkomunikasikan posisi nilai yang dimaksudkan perusahaan kepada pasar tentang produk dan mereknya. Definisi lain harga adalah segala sesuatu yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keunggulan yang ditawarkan oleh bauran pemasaran perusahaan. harga adalah jumlah uang (kemungkinan ditambah beberapa barang) yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya.

3. Definisi Kepuasan Konsumen

Kotler dan Armstrong dalam (Sukmawati 2011) Kepuasan konsumen merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut. Faktor yang paling penting untuk menciptakan kepuasan konsumen adalah kinerja dari agen yang biasanya diartikan dengan kualitas dari agen tersebut. Produk jasa berkualitas

mempunyai peranan penting untuk membentuk kepuasan pelanggan. Semakin berkualitas produk dan jasa yang diberikan, maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan semakin tinggi. Bila kepuasan pelanggan semakin tinggi, maka dapat menimbulkan keuntungan bagi badan usaha tersebut. Pelanggan yang puas akan terus melakukan pembelian pada badan usaha tersebut. Demikian pula sebaliknya jika tanpa ada kepuasan, dapat mengakibatkan pelanggan pindah pada produk lain.

Bukti Fisik terhadap Kepuasan Konsumen menurut Indrawati (2011) sangat berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Pada dasarnya bukti fisik sangat berkaitan erat dengan kepuasan konsumen. Karena apabila bukti fisik yang berupa lokasi, gedung di atur dengan baik akan membuat pelanggan menjadi puas dan ingin menggunakan jasa itu kembali. Sedangkan keandalan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Karena apabila perusahaan memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan serta kinerja sesuai dengan harapan, maka konsumen akan merasa puas terhadap pelayanan yang di berikan kepada oleh perusahaan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dan kausal dengan

pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat pengguna jasa Kereta Api Prameks. Dengan teknik pengambilan sample menggunakan metode *purposive sampling* diperoleh 100 sampel responden. Jenis data yang digunakan adalah data primer. Data diperoleh dengan cara metode penyebaran kuisioner yang dibagikan langsung kepada responden yang memenuhi kriteria yang dibutuhkan. Selain itu juga dilakukan melalui interview (wawancara), dan observasi.

Sedangkan untuk pengukuran variabel dilakukan menggunakan skala likert yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang yang berhubungan dengan fenomenal sosial. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian indikator tersebut dijadikan titik tolak untuk menyusun pertanyaan atau pernyataan. Untuk keperluan analisis kuantitatif maka skala ini menggunakan cara pen-skoran ukuran 1 sampai 4, dengan sangat setuju (SS) dengan skor 4, setuju (S) dengan skor 3, tidak setuju (TS) dengan skor 2, dan sangat tidak setuju (STS) diberi skor 1.

Sedangkan teknik analisis data dilakukan melalui analisis deskriptif yang digunakan untuk menganalisis tanggapan responden tentang kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan pengguna jasa Kereta Api

Prameks. Kemudian pengujian Hipotesis dilakukan dengan Analisa Regresi Linier Berganda yang jumlah variabel bebasnya lebih dari dua, dan digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas secara bersama mempengaruhi variabel terikat.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + e$$

Dimana :

Y= Kepuasan Konsumen

a= Konstanta

b₁= Koefisien regresi bukti fisik

b₂= Koefisien regresi keandalan

b₃= Koefisien regresi daya tanggap

b₄= Koefisien regresi jaminan

b₅= Koefisien regresi empati

b₆= Koefisien regresi harga

X₁= Bukti fisik

X₂= Keandalan

X₃= Daya Tanggap

X₄= Jaminan

X₅= Empati

X₆= Harga

e = Varians pengganggu (error)

Kemudian melalui pengujian secara parsial (Uji t). Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Hipotesis nol (H₀) yang hendak diuji adalah apakah suatu parameter sama dengan nol, atau H₀ : = 0 yang artinya adalah apakah suatu variabel independen bukan merupakan penjelas yang

signifikan terhadap variabel dependen. Hipotesis alternatifnya, parameter suatu variabel tidak sama dengan nol, atau H₀ : ≠ 0 yang artinya adalah variabel tersebut merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.

Selanjutnya melalui Uji Koefisien Determinasi (R²) yang pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas.

PEMBAHASAN

1. Regresi Linier Berganda

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda adalah uji regresi linier dengan dua atau lebih variabel independen digunakan untuk meramalkan suatu variabel dependen (Y) berdasarkan dua atau lebih variabel independen (X₁, X₂, X₃, X₄, X₅, X₆) dalam suatu persamaan linier yang digunakan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada kereta api prameks. Maka dilakukan perhitungan data melalui persamaan linear berganda dengan menggunakan bantuan program SPSS Versi 20.0. Hasil dari

perhitungan data tersebut diperoleh pada tabel berikut ini:

Tabel 1.1 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandarize d Coefficients	Sig.
	B	
(konstanta)	0,994	0,186
X1	0,067	0,591
X2	0,189	0,138
X3	0,010	0,935
X4	0,411	0,006
X5	0,160	0,212
X6	-0,123	0,350

Sumber: Data Primer (2019)

Dari tabel 4.13 yang telah disajikan sebelumnya, maka hasil sampel yang dapat diperoleh dimasukkan kedalam persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 - b_6X_6 + e$$

Diketahui:

$$Y = 0,994 + 0,067X_1 + 0,189X_2 + 0,010X_3 + 0,411X_4 + 0,160X_5 - 0,123X_6 + e$$

Dari hasil persamaan regresi linier berganda tersebut, dapat di inteprestasikan sebagai berikut:

a = 0,994 ialah konstanta, jika nilai X₁, X₂, X₃, X₄, X₅, X₆ dianggap 0 maka nilai kepuasan konsumen terhadap kereta api Prameks 0,994.

b₁ = 0,067 koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara bukti fisik (X₁) dengan kepuasan konsumen (Y). Jika

nilai bukti fisik (X₁) semakin besar maka nilai kepuasan konsumen (Y) akan besar. Koefisien bukti fisik (X₁) sebesar 0,067 artinya jika nilai variabel independen lainnya tetap dan jika variabel bukti fisik (X₁) mengalami kenaikan 1 satuan maka kepuasan konsumen (Y) naik sebesar 0,067.

b₂ = 0,189 koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara keandalan (X₂) dengan kepuasan konsumen (Y). Jika nilai keandalan (X₂) semakin besar maka nilai kepuasan konsumen (Y) akan besar. Koefisien keandalan (X₂) sebesar 0,189 artinya jika nilai variabel independen lainnya tetap dan jika variabel keandalan (X₂) mengalami kenaikan 1 satuan maka kepuasan konsumen (Y) naik sebesar 0,189.

b₃ = 0,010 koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara daya tanggap (X₃) dengan kepuasan konsumen (Y). Jika nilai daya tanggap (X₃) semakin besar maka nilai kepuasan konsumen (Y) akan besar. Koefisien daya tanggap (X₃) sebesar 0,010 artinya jika nilai variabel independen lainnya tetap dan jika variabel daya tanggap (X₃) mengalami kenaikan 1 satuan maka kepuasan konsumen (Y) naik sebesar 0,010

b₄ = 0,411 koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara Jaminan

(X_4) dengan kepuasan konsumen (Y). Jika nilai Jaminan (X_4) semakin besar maka nilai kepuasan konsumen (Y) akan besar. Koefisien Jaminan (X_4) sebesar 0,411 artinya jika nilai variabel independen lainnya tetap dan jika variabel Jaminan (X_4) mengalami kenaikan 1 satuan maka kepuasan konsumen (Y) naik sebesar 0,411.

$b_5 = 0,160$ koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara Empati (X_5) dengan kepuasan konsumen (Y). Jika nilai kepuasan konsumen (X_5) semakin besar maka nilai kepuasan konsumen (Y) akan besar. Koefisien daya tanggap (X_5) sebesar 0,010 artinya jika nilai variabel independen lainnya tetap dan jika variabel keandalan (X_5) mengalami kenaikan 1 satuan maka kepuasan konsumen (Y) naik sebesar 0,160.

$b_6 = -0,123$ koefisien bernilai negatif artinya terjadi hubungan negatif antara Harga (X_6) dengan kepuasan konsumen (Y). Jika nilai Harga (X_6) semakin besar maka nilai kepuasan konsumen (Y) akan besar. Koefisien Harga (X_6) sebesar -0,123 artinya jika nilai variabel independen lainnya tetap dan jika variabel Harga (X_6) mengalami kenaikan 1 satuan maka kepuasan konsumen (Y) turun sebesar -0,123.

2. Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji secara parsial masing-masing variabel. Hasil uji t jika probabilitas nilai t atau signifikansi $< 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh antara variabel bukti fisik (X_1), keandalan (X_2), daya tanggap (X_3) jaminan (X_4) empati (X_5) dan harga (X_6) terhadap variabel terikat yaitu kepuasan konsumen (Y) secara parsial. Namun, jika probabilitas nilai t atau signifikansi $> 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara masing-masing variabel bukti fisik (X_1), keandalan (X_2), daya tanggap (X_3) jaminan (X_4) empati (X_5) dan harga (X_6) terhadap variabel terikat yaitu kepuasan konsumen (Y).

Maka hasil uji t pada penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Variabel Bukti Fisik (X_1)

Hasil pengujian dengan SPSS Versi 20.0 untuk variabel bukti fisik diperoleh nilai tingkat signifikansi sebesar 0.591. Dengan menggunakan batas signifikansi (α) = 0,05 maka nilai tingkat signifikansi sebesar 0.591 $> 0,05$. Dengan demikian hipotesis H_0 diterima dan H_a ditolak. Hal ini berarti variabel bukti fisik (X_1) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada kereta api Prameks.

b. Variabel Keandalan (X_2)

Hasil pengujian dengan SPSS Versi 20.0 untuk variabel keandalan diperoleh nilai

tingkat signifikansi sebesar 0.138. Dengan menggunakan batas signifikansi (α) = 0,05 maka nilai tingkat signifikansi sebesar 0.138 > 0,05. Dengan demikian hipotesis H0 diterima dan Ha ditolak. Hal ini berarti variabel keandalan (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada kereta api Prameks.

c. Variabel Daya Tanggap (X3)

Hasil pengujian dengan SPSS Versi 20.0 untuk variabel keandalan diperoleh nilai tingkat signifikansi sebesar 0.935. Dengan menggunakan batas signifikansi (α) = 0,05 maka nilai tingkat signifikansi sebesar 0.938 > 0,05. Dengan demikian hipotesis H0 diterima dan Ha ditolak. Hal ini berarti variabel daya tanggap (X3) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada kereta api Prameks.

d. Variabel Jaminan (X4)

Hasil pengujian dengan SPSS Versi 20.0 untuk variabel jaminan diperoleh nilai tingkat signifikansi sebesar 0.006. Dengan menggunakan batas signifikansi (α) = 0,05 maka nilai tingkat signifikansi sebesar 0.006 < 0,05. Dengan demikian hipotesis H0 ditolak dan Ha diterima. Hal ini berarti variabel jaminan (X4) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada kereta api Prameks.

e. Variabel Empati (X5)

Hasil pengujian dengan SPSS Versi 20.0 untuk variabel empati diperoleh nilai

tingkat signifikansi sebesar 0.212. Dengan menggunakan batas signifikansi (α) = 0,05 maka nilai tingkat signifikansi sebesar 0.212 > 0,05. Dengan demikian hipotesis H0 diterima dan Ha ditolak. Hal ini berarti variabel empati (X5) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada kereta api Prameks.

f. Variabel Harga (X6)

Hasil pengujian dengan SPSS Versi 20.0 untuk variabel keandalan diperoleh nilai tingkat signifikansi sebesar 0.350. Dengan menggunakan batas signifikansi (α) = 0,05 maka nilai tingkat signifikansi sebesar 0.350 > 0,05. Dengan demikian hipotesis H0 diterima dan Ha ditolak. Hal ini berarti variabel harga (X6) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada kereta api Prameks.

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Hasil penghitungan dapat dilihat bahwa nilai *Adjusted R²* yakni sebesar 0,261. Hal ini dapat diartikan bahwa variabel independen yaitu bukti fisik (X1), keandalan (X2), daya tanggap (X3) jaminan (X4) empati (X5) dan harga (X6) dapat menjelaskan variabel dependen yaitu kepuasan konsumen (Y) terhadap kereta api prameks sebesar 26,1%. Sedangkan sisanya 73,9% (100%-26,1%) dijelaskan oleh faktor lain diluar yang diteliti oleh peneliti.

4. Interpretasi

Seperti yang disampaikan sebelumnya untuk mengukur kualitas pelayanan terhadap

kepuasan konsumen dapat dilihat berdasarkan bukti fisik (X_1), keandalan (X_2), daya tanggap (X_3), jaminan (X_4), empati (X_5) dan harga (X_6) sebagai indikator dalam penelitian ini.

Berdasarkan pada hasil output spss, pada pernyataan hipotesis pertama bahwa variabel bukti fisik (X_1) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada kereta api prameks. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel bukti fisik (X_1) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada kereta api Prameks. Di karenakan bukti fisik yang diberikan oleh pihak kereta api Prameks masih ada beberapa fasilitas yang tidak membuat konsumen merasa nyaman seperti pendingin ruangan dan tempat duduk yang kurang memadai.

Pernyataan hipotesis kedua bahwa variabel keandalan (X_2) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada kereta api Prameks. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel keandalan (X_2) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada kereta api Prameks. Dikarenakan pelayanan yang diberikan oleh pihak kereta api prameks tidak sesuai yang di janjikan, seperti pembelian tiket yang harus mengantri lama..

Pernyataan hipotesis ketiga bahwa variabel daya tanggap (X_3) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada kereta api prameks. Dengan demikian dapat

disimpulkan bahwa variabel daya tanggap (X_3) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada kereta api Prameks. Dikarenakan karyawan yang tidak bisa menyelesaikan keluhan konsumen yang merasa tidak nyaman dengan pendingin ruangan yang tidak memadai.

Pernyataan hipotesis keempat bahwa variabel jaminan (X_4) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada kereta api Prameks. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel jaminan (X_4) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada kereta api prameks. Dikarenakan kereta api prameks yang sudah di kenal baik oleh konsumen, dan para petugas keamanan yang selalu siap menjaga para konsumen dari bahaya dan resiko di kereta api Prameks.

Pernyataan hipotesis kelima bahwa variabel empati (X_5) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada kereta api Prameks. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel bukti empati (X_5) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada kereta api prameks. Dikarenakan stasiun kereta api yang masih sulit di jangkau oleh konsumen yang memilih tempat tinggal yang jauh.

Pernyataan hipotesis keenam bahwa variabel harga (X_6) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada kereta api prameks. Dengan demikian dapat disimpulkan

bahwa variabel harga (X6) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada kereta api prameks. Dikarenakan apabila harga terhadap kepuasan konsumen tidak stabil.

KESIMPULAN.

Dari hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan uji t (parsial) dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama (H1) ditolak. Hal ini berarti variabel bukti fisik (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) di kereta api Prameks. Karena apabila bukti fisik yang di sediakan dengan baik maka memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen.
2. Berdasarkan uji t (parsial) dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua (H2) ditolak. Hal ini berarti variabel keandalan (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) di kereta api Prameks. Karena apabila pelayanan yang disediakan dengan baik maka memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen.
3. Berdasarkan uji t (parsial) dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga (H3) ditolak. Hal ini berarti variabel daya tanggap (X3) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) di kereta

api Prameks. Karena apabila karyawan memberikan pelayanan dengan baik maka dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

4. Berdasarkan uji t (parsial) dapat disimpulkan bahwa hipotesis keempat (H4) diterima. Hal ini berarti variabel jaminan (X4) pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) di kereta api Prameks. Karena apabila karyawan memberikan pelayanan dengan baik maka dapat mempengaruhi kepuasan konsumen
5. Berdasarkan uji t (parsial) dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga (H5) ditolak. Hal ini berarti variabel empati (X5) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) di kereta api Prameks. Karena apabila pihak kereta api Prameks memberikan pelayanan dengan baik seperti memberikan perhatian perhatian kepada konsumen maka dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.
6. Berdasarkan uji t (parsial) dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga (H6) ditolak. Hal ini berarti variabel harga (X5) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) di kereta api Prameks. Karena apabila pihak kereta api Prameks memberikan harga yang terjangkau kepada konsumen maka dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Indrawati, Anik. 2011. “Pengaruh Kualitas Layanan Lembaga Pendidikan terhadap Kepuasan Konsumen” *Jurnal Ekonomi Bisnis*, No. 1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang, Jl. Semarang 5, Malang.
- Mutiarin, D., & Zaenudin, A. (2014). *Manajemen Birokrasi dan Kebijakan : penelusuran konsep dan teori*. Pustaka Pelajar.
- Parasuraman , A., Leonard & Valarie, A (2006). *Kualitas Pelayanan*. Jakarta: Fakultas Kedokteran Universitas Indoenesia.
- Riyanta, W (2015). Persepsi Penumpang Kereta Api Terhadap Tingkat Pelayanan Stasiun Tugu Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Dirgantara*, 8(2),27-58
- Sukmawati, Kartika. 2011. “ Pengaruh kualitas layanan, harga, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan jasa transportasi kereta api eksekutif” *Jurnal. Universitas Guna darma* Jln. Margonda Raya 100, Depok.
- Tjiptono, Fandy, (2009). *Service marketing: esensi dan aplikasi*. Yogyakarta. Markenis.