

e-JKPP

Jurnal Kebijakan & Pelayanan Publik

ISSN : 2443-1214

Pengaruh Budaya Organisasi Dan Insentif Terhadap Kinerja Pegawai Pada Sekretariat Daerah Kabupaten Pesawaran

Agus Rohman

Strategi Peningkatan Kinerja Pegawai Melalui Perbaikan Komunikasi dan Motivasi Kerja Pada Bagian Umum Dan Perlengkapan Sekretariat Daerah Kabupaten Tulang Bawang

Deriyani

Model Strategi Pemasaran Politik Pilgub Provinsi Lampung 2014

Dora Rinova

Pengaruh Perencanaan Partisipatif Dan Pengawasan Masyarakat Terhadap Implementasi Dana Desa (Studi di Desa Fajar Baru Kecamatan Jati Agung Lampung Selatan)

Erwin Putu Basai

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Penumpang Pada PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Sub. Divre IV Tanjung Karang

Mei Endang Lestari

Pengaruh Semangat Kerja Pegawai Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat Pengguna Jasa Puskesmas Way Halim Kota Bandar Lampung

Ristra Astriani

Pengaruh Lingkungan Kerja dan Motivasi Terhadap Kualitas Pelayanan Pada PT. Telkom Divisi Akses Kedaton Bandar Lampung

Vivi Ariani



e-JKPP

Jurnal Kebijakan & Pelayanan Publik

Vol. 2 No. 3 Desember 2016

Pembina

Dr. Ir. M. Yusuf S. Barusman, MBA

Penanggung Jawab

Dr. Yadi Lustiadi, M.Si

Ketua Penyunting

Dr. Malik, M.Si

Penyunting Ahli

Prof. Dr. Yulianto, M.Si (FISIP-UNILA)

Dr. Akhmad Suharyo, M.Si (FISIP-UBL)

Dr. Nur Efendi, M.Si (FISIP-UNILA)

Dr. Jamal, M.Si (FISIP-UHO)

Penyunting Pelaksana

Refly Setiawan, S.A.P., M.Si

Vida Yunia Cancer, S.A.N

Tata Usaha

Winda, SE

Penerbit

Universitas Bandar Lampung

Program Pascasarjana Magister Ilmu Administrasi

Alamat Redaksi

Program Pascasarjana Magister Ilmu Administrasi

Kampus B Jln. Z.A. Pagar Alam No. 89 Labuhan Ratu – Bandar Lampung 35142

Telp: (0721) 789825, Fax: (0721) 770261, E-mail: Pascasarjana@ubl.ac.id

e-JKPP

Jurnal Kebijakan & Pelayanan Publik

Vol. 2 No. 3 Desember 2016

DAFTAR ISI

Pengaruh Budaya Organisasi Dan Insentif Terhadap Kinerja Pegawai Pada Sekretariat Daerah Kabupaten Pesawaran	1-19
Agus Rohman	
Strategi Peningkatan Kinerja Pegawai Melalui Perbaikan Komunikasi dan Motivasi Kerja Pada Bagian Umum Dan Perlengkapan Sekretariat Daerah Kabupaten Tulang Bawang	20-28
Deriyani	
Model Strategi Pemasaran Politik Pilgub Provinsi Lampung 2014	29-40
Dora Rinova	
Pengaruh Perencanaan Partisipatif Dan Pengawasan Masyarakat Terhadap Implementasi Dana Desa (Studi di Desa Fajar Baru Kecamatan Jati Agung Lampung Selatan)	41-51
Erwin Putu Basai	
Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Penumpang Pada PT.Kereta Api Indonesia (Persero) Sub. Divre IV Tanjung Karang	52-61
Mei Endang Lestari	
Pengaruh Semangat Kerja Pegawai Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat Pengguna Jasa Puskesmas Way Halim Kota Bandar Lampung	62-72
Ristra Astriani	
Pengaruh Lingkungan Kerja Dan Motivasi Terhadap Kualitas Pelayanan Pada PT. Telkom Divisi Akses Kedaton Bandar Lampung	73-85
Vivi Ariani	

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUASAN PENUMPANG PADA PT.KERETA API INDONESIA (PERSERO)
SUB. DIVRE IV TANJUNG KARANG**

Oleh:

**MEI ENDANG LESTARI, MAHASISWA MAGISTER ILMU ADMINISTRASI
PROGRAM PASCASARJANA UNIVERSITAS BANDAR LAMPUNG**

ABSTRACT

Competition transportation services to achieve or accomplishment with good quality services by providing quality products, aims to be ahead of the competition in the field of transportation services. This study aimed to identify the influence of the quality of service and product quality to achieve passenger satisfaction.

This study uses a quantitative approach is data in the form of numbers. The study was conducted in Indonesian Railways Corporation (Limited Company) Sub.Divre IV Tanjung Karang. The method used simple linear regression and multiple linear regression. This study has three variables: Quality of Service (X_1), Quality Products (X_2) and the Consumer Satisfaction (Y).

This study states that there is significant influence Passenger Service Quality Satisfaction in Indonesian Railways Corporation (Limited Company) Sub.Divre IV Tanjung Karang. There is a significant influence on the product quality of passenger satisfaction on Indonesian Railways Corporation (Limited Company) Sub.Divre IV Tanjung Karang. Simultaneously, there is significant influence quality of service and product quality to the satisfaction of passengers on Indonesian Railways Corporation (Limited Company) Sub.Divre IV Tanjung Karang with both categories.

Keywords: Quality of Service, Product Quality and Passenger Satisfaction

A. PENDAHULUAN

Setiap organisasi selalu berusaha untuk mencapai tujuannya. Produsen berlomba-lomba untuk sebisa mungkin dapat bersaing dengan kompetitor. Hal ini dapat dilihat dari semakin banyaknya perusahaan yang menghasilkan produk dengan jenis dan kegunaan yang sama akan tetapi berbeda harga, fitur produk, dan layanan. Konsumen pun bersikap lebih selektif dan kritis dalam memilih produk yang akan dibeli. Konsumen tidak lagi membeli produk sekedar berdasarkan pertimbangan wujud fisik saja, namun juga termasuk segala aspek pelayanan yang melekat pada produk, mulai dari tahap pembelian sampai pada tahap pasca pembelian. Persaingan kualitas produk menuntut para pemasar untuk dapat menyediakan produk-produk yang

berkualitas dengan harga yang terjangkau oleh konsumen serta dapat mengembangkan suatu produk yang bermanfaat dan inovatif sesuai dengan harapan konsumen dan kebutuhan pasar, sehingga kepuasan setelah mengkonsumsi dapat diperoleh dan akan membuat konsumen melakukan pembelian dimasa yang akan datang atau pembelian berulang pada produk yang sama.

Kualitas memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Kualitas pelayanan juga menjadi salah satu kunci utama keberhasilan. Hal tersebut sepeham dengan pendapat kualitas pelayanan menurut Tjiptono (2005) dimana kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan

penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Pada dasarnya kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan atas suatu produk/jasa, akan berpengaruh pada pola perilaku selanjutnya. Hal ini ditunjukkan pelanggan setelah terjadinya proses pembelian (Kotler, 2005). Apabila pelanggan merasa puas, maka dia akan menunjukkan besarnya kemungkinan untuk kembali membeli produk yang sama. Pelanggan yang puas juga akan cenderung memberikan referensi yang baik terhadap produk kepada orang lain.

Karena kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan dari keinginan konsumen serta ketetapan dalam penyampaiannya, maka Zeithaml dan Bitner (1996:34), mengatakan bahwa: "kualitas pelayanan adalah penyampaian pelayanan secara utama dihubungkan dengan kepuasan pelanggan". Berdasarkan pendapat di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa apabila jasa yang diterima oleh pelanggan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan akan dipersepsikan baik/ideal, dan sebaliknya jika pelayanan yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan konsumen, maka kualitas pelayanan akan dipersepsikan sangat jelek/kurang ideal, sehingga kebutuhan dan keinginan konsumen merasa belum terpenuhi/terpuaskan.

Pemasar yang tidak memperhatikan kualitas produk yang ditawarkan akan menanggung tidak loyalnya konsumen sehingga penjualan produknya pun akan cenderung menurun. Jika pemasar memperhatikan kualitas, bahkan diperkuat dengan periklanan dan harga yang wajar, maka konsumen tidak akan berpikir panjang untuk melakukan pembelian terhadap produk (Kotler dan Armstrong, 2008).

Menurut Walker, et al. (2001:35) kepuasan pelanggan dapat didefinisikan sebagai suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan dapat

terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi. Secara umum, kepuasan pelanggan dapat dikatakan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang dari perbandingan antara produk yang dibeli sesuai atau tidak dengan harapannya.

Dalam setiap perusahaan, kepuasan konsumen adalah hal yang paling penting, karena jika pelanggan merasa puas dengan pelayanan atau produk itu, maka posisi produk atau jasa itu akan baik di pasar.

Kepuasan konsumen sangatlah penting untuk mempertahankan loyalitas pelanggan, agar pelanggan tetap setia membeli produk atau jasa kita.

Riset atau penelitian pada industri jasa khususnya PT.Kereta Api Indonesia (persero) Sub. Divre IV Tanjung Karang mengenai kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan penumpang masih minim dilakukan ataupun dibahas. Apalagi kini perusahaan angkutan bersaing untuk mendapatkan pelanggan atau bahkan mencari pelanggan baru sehingga perusahaan berusaha secara optimal untuk menjaga kepuasan pelanggannya. Penelitian ini mencoba untuk menjembatani kesenjangan tersebut dengan menganalisis bagaimana kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan penumpang.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka yang menjadi rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan penumpang pada PT.Kereta Api Indonesia (Persero) Sub. Divre IV Tanjung Karang ?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan penumpang pada PT.Kereta Api Indonesia (Persero) Sub. Divre IV Tanjung Karang ?
3. Apakah kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan penumpang pada PT.Kereta Api Indonesia (Persero) Sub. Divre IV Tanjung Karang ?

B. KAJIAN PUSTAKA

Pengertian Kualitas Pelayanan

Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara No.63/Kep/M.Pan/7/2003 tentang penyelenggaraan pelayanan publik menjelaskan bahwa pelayanan publik adalah segala kegiatan pelayanan yang dilaksanakan oleh penyelenggara pelayanan publik sebagai upaya pemenuhan kebutuhan penerima pelayanan maupun pelaksanaan ketentuan perundang-undangan. Hakekat pelayanan publik adalah pemberian pelayanan prima kepada masyarakat yang merupakan perwujudan kewajiban aparatur pemerintah sebagai abdi masyarakat, dengan asas sebagai berikut :

1. Transparansi yakni bersifat terbuka, mudah dan dapat diakses oleh semua pihak yang membutuhkan dan disediakan secara memadai serta mudah dimengerti.
2. Akuntabilitas yakni dapat dipertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
3. Kondisional yakni sesuai dengan kondisi dan kemampuan pemberi dan penerima pelayanan dengan tetap berpegang pada prinsip efisiensi dan efektifitas.
4. Partisipatif yakni mendorong peran serta masyarakat dalam penyelenggaraan pelayanan publik dengan memperhatikan aspirasi, kebutuhan dan harapan masyarakat.
5. Kesamaan hak yakni tidak diskriminatif dalam arti tidak membedakan suku, ras, agama, gender atau status ekonomi.

Menurut Parasuraman, (1994:184) di dalam mengevaluasi kualitas pelayanan perusahaan terdapat lima dimensi yang dapat digunakan adapun dimensi-dimensi tersebut adalah sebagai berikut:

1. *Tangibles* (bukti fisik)

Yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan

kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Yang meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang, dan lain sebagainya), perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.

2. *Reliability* (kehandalan)

Yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.

3. *Responsiveness* (ketanggapan)

Yaitu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.

4. *Assurance* (jaminan dan kepastian)

Yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan sopan santun.

5. *Emphaty* (empati)

Yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu untuk pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

Pengertian Kualitas Produk

Pengertian produk (*product*) menurut Kotler (2009) adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Secara konseptual produk adalah pemahaman subyektif dari produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan kegiatan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar.

Menurut Kotler dan Keller (2008), produk adalah elemen kunci dalam keseluruhan penawaran pasar. Selain itu, produk dapat pula didefinisikan sebagai persepsi konsumen yang dijabarkan oleh produsen melalui hasil produksinya (Tjiptono, 2008).

Berdasarkan beberapa definisi diatas, maka produk didefinisikan sebagai kumpulan dari atribut-atribut yang nyata maupun tidak nyata, termasuk di dalamnya kemasan, warna, harga, kualitas dan merek ditambah dengan jasa dan reputasi penjualannya.

Pengertian Kepuasan Konsumen

Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen adalah respon konsumen terhadap evaluasi ketidaksesuaian (*disconfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Secara definitif dapat dikatakan bahwa kepuasan konsumen adalah : “Suatu dorongan keinginan individu yang diarahkan pada tujuan untuk memperoleh kepuasan. Dalam hal ini, kita perlu mengetahui bahwa suatu keinginan itu harus diciptakan atau didorong sebelum memenuhi motif. Sumber yang mendorong terciptanya suatu keinginan dapat berbeda dari diri orang itu sendiri atau berada pada lingkungannya.

Menurut Kotler (2001 : 46) menandakan bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Bila kinerja melebihi harapan mereka akan merasa puas dan sebaliknya bila kinerja tidak sesuai harapan maka akan kecewa.

Menurut Kotler dan Armstrong (2001:9) : Kepuasan konsumen adalah sejauhmana anggapan kinerja produk memenuhi harapan pembeli. Bila kinerja produk lebih rendah ketimbang harapan pelanggan, maka pembelinya merasa puas atau amat gembira.

C. METODE

Metode penelitian ini diperlukan agar tujuan penelitian dapat tercapai sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan. Dalam melakukan penelitian, metode yang digunakan harus tepat untuk memperoleh hasil yang baik. Berdasarkan variabel-variabel yang diteliti, penulis menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif adalah data yang diperoleh dari sampel populasi penelitian sesuai dengan metode statistik yang digunakan kemudian diinterpretasikan menggunakan metode SPSS versi 17.0 yang bersifat pengaruh berganda, yaitu untuk mengetahui adanya pengaruh dari dua variabel independen terhadap satu variabel dependen. Tujuan dari penelitian deskriptif adalah untuk membuat gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antara fenomena yang diselidiki. Sedangkan metode kepustakaan, yaitu memperoleh data pelanggan dari perusahaan secara langsung dan membuka buku-buku teori dan literatur-literatur yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti.

Berdasarkan kerangka konseptual penelitian, maka Dalam penelitian ini yang menjadi variabel penelitian yaitu Variabel bebas (*independent*) Variabel bebas adalah

kondisi-kondisi atau karakteristik yang dimanipulasi dalam rangka menerangkan hubungan-hubungan dengan fenomena yang diobservasi. Variabel ini mempengaruhi variabel lain, yaitu Kualitas pelayanan (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) sebagai variabel bebas. Variabel terikat (*dependent*). Variabel terikat adalah kondisi atau karakteristik yang berubah atau muncul ketika penelitian mengintroduksi pengubah variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel terikat, yaitu Kepuasan Penumpang (Y).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan Skala *Likert* karena skala ini menjabarkan nilai-nilai dari positif ke negatif. Dengan skala ini, responden dapat langsung memberikan pernyataan yang ada pada lembar kuesioner yang diberikan.

Populasi adalah “wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek / subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. (Sugiyono, 2012:115). Berdasarkan pemahaman tersebut, maka Populasi dalam penelitian ini adalah penumpang pada PT.Kereta Api Indonesia (Persero) Sub.Divre IV Tanjung Karang. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Jika populasi yang diteliti sangat besar dan tidak mungkin semua individu/objek pada populasi tersebut diteliti satu persatu, maka cukup diambil sampel dari populasi tersebut (Sugiyono,2010 : 118).

Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik purposive sampling yaitu teknik untuk menentukan sampel penelitian dengan beberapa pertimbangan tertentu yang bertujuan agar data yang diperoleh nantinya lebih representatif. Dalam hal ini peneliti menentukan sampel sebanyak 50 orang dari penumpang PT.Kereta Api Indonesia (Persero) Sub. Divre IV Tanjung Karang. Alasan peneliti menggunakan teknik purposive sampling pada penentuan ukuran jumlah sampel

karena pertama Jumlah penumpang yang ada tidak mungkin semua diambil menjadi sampel. Kedua Agar semua penumpang terwakili menjadi sampel.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pengolahan data untuk variabel kualitas pelayanan didapatkan hasil uji validitas menyatakan *Corrected Item-Total Correlation* > 0,361 yang berarti seluruh item tentang kualitas pelayanan (X_1) dinyatakan valid. Untuk hasil pengolahan data variabel kualitas pelayanan didapatkan hasil uji realibilitas *alpha cronbach's* 0,823 > 0,6 sehingga seluruh item kuesioner tentang kualitas pelayanan dapat digunakan karena dianggap reliabel.

Berdasarkan hasil pengolahan data untuk variabel kualitas produk didapatkan hasil uji validitas menyatakan *Corrected Item-Total Correlation* > 0,361 yang berarti seluruh item tentang kualitas produk (X_2) dinyatakan valid. Untuk hasil pengolahan data variabel kualitas produk didapatkan hasil uji realibilitas *alpha cronbach's* 0,748 > 0,6 sehingga seluruh item kuesioner tentang kualitas produk dapat digunakan karena dianggap reliabel.

Berdasarkan hasil pengolahan data untuk variabel kepuasan penumpang didapatkan hasil uji validitas menyatakan *Corrected Item-Total Correlation* > 0,361 yang berarti seluruh item tentang kepuasan penumpang (Y) dinyatakan valid. Untuk hasil pengolahan data variabel kepuasan penumpang didapatkan hasil uji realibilitas *alpha cronbach's* 0,772 > 0,6 sehingga seluruh item kuesioner tentang kepuasan penumpang dapat digunakan karena dianggap reliabel.

Koefisien Determinasi (KD) = (R^2) x 100% = 0,486 x 100%. = 48,6 %. Dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan menjelaskan variasi perubahan variabel kepuasan penumpang (Y) PT.Kereta Api Indonesia (Persero) Sub. Divre IV Tanjung Karang sebesar 48,6 %, sedangkan sisanya 51,4 % dijelaskan oleh

faktor lain yang tidak dikaji dalam penelitian ini. Selanjutnya, nilai R sebesar 0,697 menunjukkan bahwa korelasi atau hubungan variabel kualitas pelayanan dan kepuasan penumpang memiliki hubungan yang positif dengan tingkat korelasi baik karena nilai tersebut berada pada 0,600 – 0,799.

Koefisien Determinasi (KD) = $(R^2) \times 100\% = 0,96 \times 100\% = 96\%$. Dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk menjelaskan variasi perubahan variabel kepuasan penumpang (Y) PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Sub. Divre IV Tanjung Karang sebesar 96 %, sedangkan sisanya 4 % dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dikaji dalam penelitian ini. Selanjutnya, nilai R sebesar 0,310 menunjukkan bahwa korelasi atau hubungan variabel kualitas produk dan kepuasan penumpang memiliki hubungan yang positif dengan tingkat korelasi rendah karena nilai tersebut berada pada 0,200 – 0,399.

Koefisien Determinasi (KD) = $(R^2) \times 100\% = 0,491 \times 100\% = 49,1\%$. Dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk menjelaskan perubahan variabel kepuasan penumpang pada PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Sub. Divre IV Tanjung Karang 49,1 %, sedangkan sisanya 50,9 % dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dikaji dalam penelitian ini. Selanjutnya, nilai R sebesar 0,700 menunjukkan bahwa korelasi atau hubungan variabel kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepuasan penumpang memiliki hubungan yang positif dengan tingkat korelasi baik karena nilai tersebut berada pada 0,600 – 0,799.

Uji t parsial dalam analisis regresi berganda bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas (X) secara parsial atau sendiri berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y).

Didapat t tabel 0,05 ; 47 kemudian dicari pada distribusi nilai t tabel maka ditemukan nilai t tabel sebesar 2,021 (lihat keterangan tabel distribusi nilai untuk t tabel). Pertama Hasil uji t untuk variabel Kualitas Pelayanan Berdasarkan hasil analisis regresi diperoleh nilai t hitung sebesar $6,031 > t$ tabel 2,021 dan nilai signifikansi (Sig.) $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang artinya kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan penumpang. Kedua, Hasil uji t untuk variabel Kualitas Produk Berdasarkan hasil analisis regresi diperoleh nilai t hitung sebesar $0,647 < t$ tabel 2,021 dan nilai signifikansi (Sig.) $0,521 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_1 ditolak, yang artinya kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan penumpang akan tetapi ada faktor lain yang berpengaruh namun tidak ikut diteliti.

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa P (Sig) = $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian, berdasarkan hasil uji ini dapat dijelaskan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti bahwa secara bersama-sama kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan penumpang pada PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Sub. Divre IV Tanjung Karang.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Penumpang

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.697 ^a	.486	.475	2.97772

a. Predictors: (Constant), X1

b.

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, bahwa secara keseluruhan kualitas pelayanan pada PT.Kereta Api Indonesia (Persero) Sub. Divre IV Tanjung Karang dalam kategori baik. Hasil perhitungan tingkat korelasi antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan penumpang pada PT.Kereta Api Indonesia (Persero) Sub. Divre IV Tanjung Karang adalah sebesar 0,697, nilai tersebut termasuk dalam kategori korelasi baik, yakni (0,600 – 0,799). Berdasarkan nilai korelasi tersebut, maka kualitas pelayanan dan kepuasan penumpang memiliki hubungan yang positif dengan tingkat korelasi dalam kategori baik. Besarnya determinasi (*R Square*) kualitas pelayanan terhadap kepuasan penumpang pada PT.Kereta Api Indonesia (Persero) Sub. Divre IV Tanjung Karang 48,6%.

Hasil perhitungan regresi linier antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan penumpang pada PT.Kereta Api Indonesia (Persero) Sub. Divre IV Tanjung Karang diperoleh persamaan $Y = 15,216 + 0,650X_1$, yang menunjukkan bahwa apabila tidak ada peningkatan di variabel kualitas pelayanan, maka kinerja akan konstan di 15,216. Tetapi, setiap terjadi penambahan di variabel kualitas pelayanan sebesar satu satuan maka kepuasan penumpang pada PT.Kereta Api Indonesia (Persero) Sub. Divre IV Tanjung Karang akan meningkat sebesar 0,650 poin.

Perhitungan pengujian hipotesis mendapatkan nilai P (Sig) $0,000 < = 0,05$, yang berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan demikian disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan penumpang pada PT.Kereta Api Indonesia (Persero) Sub. Divre IV Tanjung Karang.

Berdasarkan hasil penelitian, nilai terendah dalam variabel kualitas pelayanan terletak pada indikator *tangible* dengan nilai 181 dengan persentase sebesar 72,4 % masuk dalam kategori baik dinilai dengan

kelengkapan sarana dan prasarana yang ada di PT.Kereta Api Indonesia (Persero) Sub. Divre IV Tanjung Karang atas fasilitas yang ada agar kebutuhan penumpang dapat terpenuhi. Dengan demikian, untuk kepuasan penumpang pada PT.Kereta Api Indonesia (Persero) Sub. Divre IV Tanjung Karang.

Selanjutnya yang mempengaruhi kualitas pelayanan dengan nilai tertinggi adalah pada indikator *assurance* dengan nilai 209 dengan presentase 83,6 % dan masuk dalam kategori sangat baik, dinilai dengan keamanan yang ada sudah maksimal. Namun, rata-rata nilai secara keseluruhan dari jawaban responden terhadap variabel kualitas pelayanan pada PT.Kereta Api Indonesia (Persero) Sub. Divre IV Tanjung Karang adalah sebesar 195,3 dengan presentase 78,12 %. Dengan demikian pernyataan responden terhadap kualitas yang ada pada PT.Kereta Api Indonesia (Persero) Sub. Divre IV Tanjung Karang rata-rata masih dalam katagori baik.

Salah satunya dapat dilakukan dengan meningkatkan kualitas pelayanan, terutama pada indikator kelengkapan sarana dan prasarana. Pimpinan PT.Kereta Api Indonesia (Persero) Sub. Divre IV Tanjung Karang perlu melakukan evaluasi terhadap kualitas pelayanan yang diberikan dan melakukan pengarahan kepada seluruh karyawan yang ada untuk memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan sepenuh hati dan profesional. Perlunya pengarahan dan bimbingan dari pihak perusahaan kepada karyawan untuk menanamkan *mindset* sebagai pelayan masyarakat, dengan demikian seluruh karyawan diharapkan dapat memiliki responsivitas atau ketanggapan yang tinggi dalam melayani penumpang atau masyarakat yang menggunakan jasa PT.Kereta Api Indonesia (Persero) Sub. Divre IV Tanjung Karang.

Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan penumpang

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.310 ^a	.096	.077	3.94849

a. Predictors: (Constant), X2

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, bahwa secara keseluruhan kualitas pada PT.Kereta Api Indonesia (Persero) Sub. Divre IV Tanjung Karang dalam kategori tidak baik. Hasil perhitungan tingkat korelasi antara variabel kualitas produk terhadap kepuasan penumpang pada PT.Kereta Api Indonesia (Persero) Sub. Divre IV Tanjung Karang adalah sebesar 0,310, yakni antara (0,200 – 0,399) nilai tersebut termasuk dalam kategori korelasi rendah. Berdasarkan nilai korelasi tersebut, maka kualitas produk dan kepuasan penumpang memiliki hubungan yang positif dengan tingkat korelasi dalam kategori baik. Besarnya determinasi (*R Square*) kualitas produk terhadap kepuasan penumpang pada PT.Kereta Api Indonesia (Persero) Sub. Divre IV Tanjung Karang adalah sebesar 96%.

Hasil perhitungan regresi linier antara kualitas produk terhadap kepuasan penumpang pada PT.Kereta Api Indonesia (Persero) Sub. Divre IV Tanjung Karang diperoleh persamaan $Y = 27,968 + 0,337 X_2$, yang menunjukkan bahwa apabila tidak ada peningkatan di variabel kualitas produk, maka kepuasan penumpang akan konstan di 27,968. Tetapi, setiap terjadi penambahan di variabel kualitas produk sebesar satu satuan maka kepuasan penumpang pada PT.Kereta Api Indonesia (Persero) Sub. Divre IV Tanjung Karang akan meningkat sebesar 0,337 poin. Perhitungan pengujian hipotesis mendapatkan nilai P (Sig) $0,000 < = 0,05$, yang berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan demikian disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan

penumpang pada PT.Kereta Api Indonesia (Persero) Sub. Divre IV Tanjung Karang.

Berdasarkan hasil penelitian, nilai terendah dalam variabel kualitas produk terletak pada indikator *aesthetic* dengan nilai 157 dengan persentase sebesar 62,8 % dan masuk dalam kategori cukup baik dinilai dengan tersedianya beragam pilihan lokomotif yang ada di PT.Kereta Api Indonesia (Persero) Sub. Divre IV Tanjung Karang sehingga masyarakat mempunyai pilihan yang disesuaikan dengan kemampuan daya beli masyarakat itu sendiri.

Sedangkan nilai tertinggi terdapat pada indikator *conformance to specification*. Dinilai dengan kenyamanan yang ada di PT.Kereta Api Indonesia (Persero) Sub. Divre IV Tanjung Karang. Kenyamanan memperoleh nilai 202 dengan persentase sebesar 80,8 % dengan kategori baik. Namun, rata-rata nilai secara keseluruhan dari jawaban responden terhadap variabel kualitas produk pada PT.Kereta Api Indonesia (Persero) Sub. Divre IV Tanjung Karang adalah sebesar 3,75. Selanjutnya tingkat persentase jawaban adalah sebesar 70,00%. Dengan demikian, untuk meningkatkan kepuasan penumpang pada PT.Kereta Api Indonesia (Persero) Sub. Divre IV Tanjung Karang salah satunya dapat dilakukan dengan meningkatkan kualitas produk, terutama pada indikator *aesthetic*. Pimpinan PT.Kereta Api Indonesia (Persero) Sub. Divre IV Tanjung Karang perlu melakukan evaluasi terhadap kualitas produk yang diberikan agar kedepannya produk yang dihasilkan lebih baik dan sesuai dengan yang diharapkan konsumen.

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk terhadap Kepuasan Penumpang

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.700 ^a	.491	.469	2.996	.491	22.626	2	47	.000

a. Predictors: (Constant), KualitasProduk, KualitasPelayanan

Berdasarkan hasil perhitungan koefisien determinasi kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan penumpang pada PT.Kereta Api Indonesia (Persero) Sub. Divre IV Tanjung Karang diperoleh nilai R sebesar 0,700 yang menunjukkan tingkat korelasi yang tinggi. Nilai tersebut termasuk dalam kategori korelasi tinggi, yaitu berada pada 0,600-0,799. Nilai koefisien determinan hasil perhitungan strategi pemasaran dan pelayanan terhadap target pasar di peroleh besarnya nilai *R Square* sebesar 49,1%. Hasil perhitungan regresi linier berganda pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan penumpang pada PT.Kereta Api Indonesia (Persero) Sub. Divre IV Tanjung Karang diperoleh persamaan: $Y = 13,211 + 0,626 X_1 + 0,078 X_2$, yang menunjukkan bahwa apabila tidak ada peningkatan di variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama, maka variabel kepuasan penumpang akan konstan di 13,211. Tetapi, setiap terjadi penambahan di kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama sebesar satu satuan maka variabel kepuasan penumpang pada PT.Kereta Api Indonesia (Persero) Sub. Divre IV Tanjung Karang. akan meningkat sebesar 0,704 poin.

Hasil perhitungan di atas menjelaskan bahwa nilai koefisien regresi kualitas pelayanan (X_1) = 0,626, nilai tersebut lebih besar dari koefisien regresi kualitas produk (X_2) = 0,078. Artinya kontribusi variabel kualitas pelayanan lebih tinggi atau lebih dominan dibandingkan strategi kualitas produk dalam meningkatkan kepuasan penumpang pada PT.Kereta Api Indonesia (Persero)

Sub. Divre IV Tanjung Karang. Selanjutnya, dalam perhitungan nilai uji F diperoleh nilai = 22,626 dan nilai signifikan (Sig) = 0,000 < = 0,05.

Berdasarkan hasil nilai tersebut, dijelaskan bahwa variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan penumpang pada PT.Kereta Api Indonesia (Persero) Sub. Divre IV Tanjung Karang. Hal ini mengandung arti bahwa semakin baik kualitas pelayanan dan kualitas produk, maka akan mampu meningkatkan kepuasan penumpang pada PT.Kereta Api Indonesia (Persero) Sub. Divre IV Tanjung Karang. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, nilai kepuasan penumpang pada PT.Kereta Api Indonesia (Persero) Sub. Divre IV Tanjung Karang terendah terletak pada indikator-indikator kesesuaian harapan dan kesediaan merekomendasikan dengan nilai 194 dengan persentase sebesar 77,6 % dengan kategori baik.

Harga yang terjangkau serta manfaat yang diperoleh dari PT.Kereta Api Indonesia (Persero) Sub.Divre IV Tanjung Karang. Sedangkan nilai tertinggi terdapat pada kesesuaian harga dengan kualitas serta variasi pilihan yang ada memperoleh nilai sebesar 214 dengan persentase sebesar 85,6 % kesesuaian harga dengan kualitas serta variasi pilihan yang ada ini berada dalam kategori sangat baik, hal ini dirasakan oleh pelanggan/masyarakat. Dengan demikian pernyataan responden terhadap kepuasan penumpang adalah sebesar 203,7. Selanjutnya tingkat persentase jawaban adalah sebesar 81,48 % dengan katagori baik.

E. SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisa data dan pembahasan yang dilakukan, maka ada beberapa simpulan yang diuraikan sebagai berikut, pertama, Terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan penumpang pada PT.Kereta Api Indonesia (Persero) Sub. Divre IV Tanjung Karang. Kedua, Terdapat pengaruh yang signifikan kualitas produk terhadap kepuasan penumpang pada PT.Kereta Api Indonesia (Persero) Sub. Divre IV Tanjung Karang. Ketiga, Terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama terhadap kepuasan penumpang pada PT.Kereta Api Indonesia (Persero) Sub. Divre IV Tanjung Karang

Hal yang dapat direkomendasikan bagi peneliti mendatang terkait dengan hasil penelitian ini adalah pertama, Diharapkan perusahaan dapat memperhatikan kembali kualitas pelayanan yang ada untuk mencapai kinerja yang baik. Seperti pada indikator tangible yakni kelengkapan sarana dan prasarana yang belum maksimal, yakni seperti belum tersedianya tempat khusus menyusui didalam kereta. perusahaan harus mengoptimalkan kualitas pelayanan yang diberikan, karena pengaruh kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan penumpang yang dihasilkan. Kedua, Perusahaan perlu melakukan inovasi kualitas produk yang ada. Inovasi dilakukan dengan harapan dapat memberikan penyegaran dan penyempurnaan terhadap produk yang sebelumnya. Seperti tersedianya beragam kelas lokomotif seharusnya bisa ditambah jangan hanya kelas bisnis dan eksekutif

atau bisa di sempurnakan lagi masing-masing kelas lokomotifnya sehingga masyarakat mempunyai banyak pilihan yang bisa mereka sesuaikan dengan kemampuan daya beli masyarakat. Selain itu untuk mencapai kinerja yang baik, perusahaan harus mengoptimalkan kualitas produk yang diberikan, karena pengaruh kualitas produk dapat mempengaruhi kepuasan penumpang yang dihasilkan. Ketiga, Perusahaan juga harus mempertahankan dan menjaga kualitas pelayanan dan kualitas produk kepada konsumen guna meningkatkan kepuasan konsumen yang berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 1996. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Cetakan 8. Jakarta : Rineka Cipta.
- Bitner, Mary Jo, Zeithaml, Valarie A. 1996. *Service Marketing*. Edisi 1. Boston. MCGraw-Hill.
- Kotler, Philip. 1997. *Marketing Management, Analysis Planning, Implementation and Control*. 9th Edition. New Jersey : PrenticeHall International Inc.
- Sugiyono. 2002. *Metode Penelitian Administrasi*. Edisi 9. Bandung : Penerbit Alfabeta.
- Tjiptono, Fandi. 1997. *Prinsip-prinsip Total Quality Service (TQS)*. Yogyakarta : Penerbit Andi Offset.

ISSN : 2443-1214

e-JKPP

Jurnal Kebijakan & Pelayanan Publik

Vol. 2 No. 3 Desember 2016

Diterbitkan Oleh :
Program Pascasarjana
Magister Ilmu Administrasi
Universitas Bandar Lampung

