

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan zaman yang semakin maju saat ini berdampak pada pertumbuhan teknologi, bisnis dan sistem perekonomian yang begitu pesat. Saat ini berbagai bisnis jasa banyak dijumpai dalam kehidupan sehari-hari, salah satu contohnya dalam perusahaan jasa transportasi. Menurut Nasution (2004), transportasi diartikan sebagai pemindahan barang dan manusia dari tempat asal ke tempat tujuan. Proses pengangkutan merupakan gerakan dari tempat asal, dari mana kegiatan angkutan dimulai, ke tempat tujuan, ke mana kegiatan pengangkutan diakhiri.

Pentingnya jasa transportasi ini dapat dilihat dengan semakin meningkatnya kebutuhan akan jasa angkutan bagi mobilitas orang serta barang dari dan keseluruh pelosok tanah air. Menyadari begitu besarnya peran transportasi, maka transportasi perlu ditata dalam suatu sistem nasional yang terpadu untuk mewujudkan tersedianya jasa transportasi yang aman, nyaman, dan cepat (Setijowarno, 2001). Salah satu jasa transportasi adalah kereta api. Kereta api adalah sarana transportasi berupa kendaraan dengan tenaga gerak, baik berjalan sendiri ataupun dirangkaikan dengan kendaraan lainnya, yang akan ataupun sedang bergerak di rel. Kereta api merupakan salah satu alat transportasi yang dapat mengangkut penumpang dalam jumlah besar (massal), memiliki

kenyamanan keselamatan yang lebih baik dan lebih sedikit halangan daripada transportasi lain.

Perbedaan kereta api dengan jasa transportasi lainnya menurut Tjakra Negara (1995) adalah kereta api melekat pada jalurnya, hanya bisa beralih ke jalur lain jika ada wesel yang mengalihkannya, jarak pengeremannya relatif jauh dibandingkan dengan jenis kendaraan lainnya, terutama dengan kendaraan jalan raya, sehingga setiap gerakan perjalanan kereta api harus memiliki jarak minimal antara dua kereta api yang berurutan. Untuk itu KA dilengkapi oleh sinyal yang membatasinya, untuk keamanan perjalanan kereta api menggunakan sistem blok dimana disetiap blok dibatasi oleh suatu sinyal sehingga perjalanannya harus terencana dengan baik. Setiap blok hanya diijinkan dilewati 1 (satu) kereta api dalam waktu bersamaan, dan memiliki jadwal yang pasti di setiap stasiun. Waktu pemberangkatan disetiap stasiun pemberangkatan dan semua stasiun yang akan dilewati dan sampai stasiun tujuan akhir melalui diagram waktu ruang atau grafik perjalanan kereta api (GAPEKA).

Karakter khusus dan keunggulan yang dimiliki kereta api tersebut memberikan nilai lebih bagi keberadaan kereta api di Indonesia. Hal itulah yang kemudian menjadikan kereta api sebagai angkutan yang paling digemari banyak orang (Tjakra Negara, 1995). Menurut Giwahyudi (2012) salah satu jenis kereta api yang ada di kota Yogyakarta ialah kereta api Prambanan Ekspres yang biasa disingkat Prameks merupakan kereta api favorit yang menghubungkan Jogja dan Solo. Para penumpang kereta api Prameks itu adalah dosen, mahasiswa, pegawai, pedagang, turis mancanegara, dan rombongan yang sedang berwisata dari Jogja ke

Solo maupun sebaliknya. Menurut Gilang (2012), walaupun Prameks sebagai kereta api favorit, namun masih banyak pendapat miring mengenai jasa Prameks yang banyak diperbincangkan oleh masyarakat. Berbagai opini negatif tidak merubah keadaan menjadi lebih baik. Prameks justru menunjukkan wajah yang semakin tidak bersahabat dengan penumpangnya dengan mengurangi jadwal keberangkatannya yang membuat konsumen tidak puas terhadap Prameks. ditambah oleh Wibowo (2017), KA Prameks semakin dibanjiri keluhan oleh masyarakat terkait kelayakan dan kenyamanan kereta yang membuat banyak penumpang tidak puas. Kondisi KA Prameks reguler yang melayani rute Solo-Yogya makin usur dan sulit melayani mobilitas masyarakat. Karena usianya sudah tua, Prameks sering mengalami mogok ditengah perjalanan sehingga berdampak pada keterlambatan jadwal. Kondisi ini mengakibatkan jumlah keluhan dari masyarakat meningkat dari hari ke hari. Keluhan lain mengenai Prameks menyangkut pembelian tiket. Dimana banyak penumpang protes karena tidak bisa terangkut. Sebab kapasitas kereta hanya dapat mengangkut 384 orang, 462 orang, dan 800 orang. Sementara jumlah penumpang perhari sebanyak 9.000 orang. Keluhan lain mengenai Prameks antara lain, adanya laki-laki di gerbong khusus wanita yang tidak di tegur petugas, jumlah tempat duduk yang terbatas, penumpang yang merokok didalam kereta, AC kereta yang tidak berfungsi atau mati, hingga petugas didalam kereta yang terkesan tidak peduli dengan keadaan sekitar dan kenyamanan konsumen.

Hal ini perlu menjadi perhatian bagi pihak PT. KAI agar konsumen tetap menggunakan PT. KAI (Prameks) sebagai jasa transportasi antar kota. Kepuasan

konsumen PT. KAI adalah suatu yang perlu mendapat perhatian serius dari seluruh jajaran personalianya mulai dari pimpinan puncak sampai pada tingkat terbawah, sebab tujuan utama dari perusahaan adalah menciptakan kepuasan konsumen yang ditandai dengan berkurangnya keluhan, sehingga menunjukkan kinerja perusahaan yang meningkat (Kartajaya, 2002).

Kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya. Seseorang akan merasa puas jika kinerja atau hasil yang dirasakan sesuai atau melebihi harapannya. Sebaliknya apabila hasil dari yang dirasakan tidak memenuhi harapannya maka orang tersebut akan merasa tidak puas (Kotler, 2000). Kepuasan konsumen merupakan hasil yang dirasakan oleh konsumen yang mengalami kinerja sebuah perusahaan yang sesuai dengan harapannya. Konsumen akan merasa puas jika harapan mereka terpenuhi, dan merasa amat gembira jika harapan mereka terlampaui (Kristianto, 2011).

Kepuasan Konsumen, menurut Kotler (2000) memiliki 3 aspek, yaitu 1) Loyal terhadap produk. Konsumen yang cenderung loyal dimana mereka akan membeli ulang dari produsen yang sama. 2) Adanya komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif yaitu komunikasi dari mulut ke mulut (*word of mouth communication*) yang bersifat positif atau rekomendasi kepada calon konsumen lain dan mengatakan hal-hal yang baik mengenai produk dan perusahaan apa yang telah mereka alami setelah menggunakan produk atau jasa tersebut. 3) Perusahaan menjadi pertimbangan utama ketika melakukan pembelian ulang, maka perusahaan yang telah memberikan kepuasan kepadanya akan menjadi

pertimbangan yang utama saat memilih produk lain. Konsumen yang semakin tinggi tingkat loyalitasnya, memberikan komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif kepada masyarakat, maka perusahaan tersebut akan dijadikan pertimbangan utama ketika konsumen melakukan pembelian ulang.

Menurut Lupiyoadi (2001) ada 5 faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, yakni: 1) Kualitas produk, konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas; 2) Kualitas pelayanan, terutama di bidang jasa, konsumen merasa puas bila mereka mendapat pelayanan sesuai yang diharapkan; 3) Emosional, konsumen akan merasa bangga dan mendapat keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap mereka bila menggunakan produk merek tertentu; 4) Harga, Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai lebih tinggi kepada konsumen; 5) Biaya, Konsumen tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan untuk mendapatkan jasa yang terdapat di PT. KAI.

Berdasarkan 5 faktor kepuasan konsumen tersebut, kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor penyebab munculnya kepuasan konsumen. Hal ini dikarenakan tujuan dari pelayanan adalah untuk memberikan kepuasan kepada konsumen, sehingga berakibat dengan dihasilkannya nilai tambah bagi perusahaan (Narwar, 2002).

Parasuraman (2001) menyatakan bahwa konsep kualitas layanan adalah suatu pengertian yang kompleks tentang mutu, tentang memuaskan atau tidak memuaskan. Konsep kualitas layanan dikatakan bermutu apabila pelayanan yang diharapkan lebih kecil daripada pelayanan yang dirasakan (bermutu). Dikatakan

konsep kualitas layanan memenuhi harapan, apabila pelayanan yang diharapkan sama dengan yang dirasakan (memuaskan). Demikian pula dikatakan persepsi tidak memenuhi harapan apabila pelayanan yang diharapkan lebih besar daripada pelayanan yang dirasakan (tidak bermutu). Menurut Lewis & Booms (dalam Tjiptono, 2005) kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa baik tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan harapan konsumen. Pemberian kualitas pelayanan harus dimulai dari memenuhi kebutuhan konsumen dan berakhir pada persepsi konsumen (Freddy, 2008).

Adapun fakta yang terjadi di lapangan sebagaimana diberitakan dalam www.kompas.com, Kereta Prambanan Ekspres jurusan Solo-Kutoharjo terguling di Kalasan, Sleman, Yogyakarta, Selasa (23/10/2012) dan belum ada kabar tentang korban jiwa dalam kecelakaan itu. Tomy, melalui akun Twitter-nya, @tomrawk, menyebutkan telah terjadi kecelakaan kereta di Kalasan. Selain itu, muncul lagi *tweet* kedua yang menyebutkan pukul 16.45 kereta Prameks kecelakaan di Kalasan. Kecelakaan kereta Prameks dibenarkan oleh salah seorang petugas dari Polsek Kalasan saat dihubungi Kompas via telepon. Kereta api Prameks yang terguling adalah jurusan Solo-Kutoharjo. Satu gerbong terguling dan satu lagi anjlok. Lokasi kecelakaan berada di km 155+ antara Prambanan-Maguwo. Hal ini membuat saya merasa khawatir untuk kembali menggunakan kereta api Prameks karena sering terjadi kecelakaan, ucap Tomy dalam akun twitternya. Selanjutnya di beritakan dalam Poljogja.com, Penumpang keluhkan pelayanan dan fasilitas transportasi Solo, Jumat (7/4/2017). Rini, melalui tulisan Paradigma online menyebutkan banyak keluhan mengenai fasilitas dan pelayanan

seperti parkir yang mahal di area stasiun yang tidak sebanding harga yang dibayar dengan keadaan parkir yang tetap kepanasan dan kehujanan selain itu keluhan juga datang dari pelayanan pemesanan tiket prameks yang dimulai 3 jam sebelum keberangkatan. Hal tersebut menyulitkan bagi penumpang yang rumahnya jauh, kalau tidak mau bolak-balik ya haru mau menunggu berjam-jam sampai berangkat. Ia berharap pemesanan tiket bisa dilakukan sebelum hari H untuk mempermudah penumpang. Menurut Rini, kouta penumpang Prameks yang *overload* sehingga banyak penumpang yang tidak mendapat tempat duduk sangat mengganggu kenyamanan terutama bagi yang sudah lansia atau sedang hamil. Selain masalah parkir, tiket, keadaan di dalam kereta, fasilitas kamar mandi dan mushola juga menjadi perhatian penumpang. Karena untuk menggunakan fasilitas kamar mandi atau mushola penumpang harus melewati pemeriksaan petugas dan menyerahkan KTP sebagai jaminan untuk bisa menggunakan kamar mandi dan mushola. "ya jadi kurang nyaman di stasiun karna fasilitis itu sih mbak, kamar mandi sama muslohanya di dalem harus nyerahin KTP dulu baru bisa sholat" keluhnya.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan peneliti pada Sabtu, 21/10/2017 terhadap 10 penumpang yang sedang melakukan perjalanan antar kota dalam Prameks dengan ketentuan sudah pernah melakukan perjalanan minimal 1 kali, hasilnya terdapat 5 penumpang yang duduk lesehan di lantai dekat pintu saat kereta perjalanan Solo-Jogja. Para penumpang terkesan merasa tidak nyaman karena mereka harus duduk lesehan dan berhimpitan dengan penumpang lain, belum lagi saat mereka duduk ada penumpang lain yang berdiri di depannya

sehingga sangat mengganggu kenyamanan baik si penumpang ataupun konsumen lain yang melihatnya. Terdapat juga 3 orang yang duduk di kursi penumpang dekat pintu mereka juga terlihat tidak nyaman, karena di bawah mereka duduk terdapat penumpang lain yang duduk dan berdiri di depannya sehingga ruang gerak si penumpang ini terbatas. Selanjutnya terdapat 2 penumpang yang berdiri di antara kursi penumpang terlihat sangat kepanasan, dilihat dari tangan mereka yang mengibas-ngibas dan bahkan ada yang sengaja membawa koran dari luar untuk dijadikan kipas karena kereta yang penuh sesak membuat pendingin kereta tidak berfungsi secara maksimal. Ada juga penumpang yang merasa pusing dengan sesaknya kondisi di dalam kereta sehingga dia harus mengeluarkan obat (minyak telon) yang juga dapat berpengaruh kepada penumpang lain karena tidak semua penumpang familiar dengan bau-bau tertentu apalagi saat berada di dalam perjalanan (angkutan). Ada 1 penumpang wanita yang merasa jijik saat ingin duduk karena setelah peneliti amati ternyata di dekat tempat duduknya terdapat bekas dan botol sampah makanan dan minuman yang berserakan yang membuatnya enggan untuk duduk.

Sedangkan hasil observasi peneliti pada petugas yang sedang bertugas baik saat di dalam kereta maupun saat di luar kereta atau di tempat pembelian tiket. Adapun hasil observasi peneliti ialah terdapat 2 petugas di dalam kereta yang datang untuk memeriksa tiket penumpang jurusan Jogja-Solo di daerah Maguwo, namun petugas terkesan terburu-buru untuk memeriksa tiket penumpang terbukti dengan adanya penumpang yang kehilangan tiketnya dan tidak diperiksa oleh petugas dan saat bertugas tidak ada senyum bersahabat dari para petugas

pemeriksa tiket. Selanjutnya sikap petugas loket saat melayani para calon penumpang dari hasil observasi peneliti terlihat bahwa ada seorang penumpang yang hendak membeli tiket Prameks jurusan Solo-Jogja, namun saat penumpang hendak membeli dan bertanya kapan jam pembeliannya buka, petugas hanya menunjuk kertas yang bertuliskan pembelian tiket Prameks keberangkatan pukul 18.00 WIB di buka pukul 15.00 WIB yang tertempel di kaca tempat loket pembelian tanpa mengeluarkan suara sedikitpun.

Untuk mendapat data secara mendalam peneliti melakukan wawancara kepada konsumen yang telah diobservasi berdasarkan aspek-aspek kepuasan konsumen, Pertama, bagaimana loyalitas konsumen terhadap produk atau jasa, 7 orang konsumen mengatakan mulai enggan dan mereka terpaksa menggunakan jasa Prameks untuk perjalanan luar kota karena merasa kurang aman dan nyaman. Bahkan seorang konsumen yang duduk lesehan dekat pintu mengatakan, "ini adalah terakhir kalinya saya menggunakan jasa Prameks, saya sangat kecewa dan merasa tidak nyaman menggunakan transportasi ini setiap saya naik pasti selalu tidak kebagian tempat duduk dan ujung-ujungnya lesehan belum lagi jika ada penumpang lain didepan saya dan mengarahkan pantatnya ke kepala saya itu sangat tidak nyaman" keluhnya. Kedua, komunikasi dari mulut yang terjadi antara konsumen dan orang lain, diperoleh data bahwa 8 konsumen khawatir akan terjadi kecelakaan yang sering diberitakan oleh masyarakat. Karena meskipun Prameks merupakan transportasi murah meriah untuk jurusan Solo-Jogja dan sebaliknya namun masih banyak keluhan seperti keterlambatan keberangkatan kereta, ketidaknyamanan di dalam kereta dari tempat duduk yang terbatas, AC yang mati,

penumpang yang merokok di dalam kereta padahal sudah dilarang, petugas yang terkesan cuek kepada konsumen, hingga pembelian tiket yang hanya dilayani 3 jam sebelum keberangkatan yang membuat calon penumpang harus berburu datang jika tidak ingin kehabisan dan harus mengantri berjam-jam baik untuk membeli tiket ataupun menunggu kereta berangkat. Karena itu konsumen kurang yakin mempromosikan jasa ini pada keluarga dan teman-teman karena konsumen merasa masih banyak jasa transportasi lain yang lebih baik daripada Prameks. Seperti kereta jarak jauh yang juga melewati Stasiun yang sama yang lebih nyaman dan memiliki no tempat duduk sehingga konsumen tidak perlu berdiri atau bahkan duduk di lantai kereta. Ketiga, perusahaan menjadi pertimbangan utama ketika pembelian merek. Terdapat 5 konsumen yang merasa tidak nyaman ketika berada di dalam Prameks yang penuh sesak dan tanpa tempat duduk tersebut. Sehingga mereka lebih memilih menggunakan mode transportasi lain yang lebih nyaman dan aman untuk perjalanan antar kota jika mereka tidak dikejar waktu untuk bekerja.

Dari hasil observasi dan wawancara tersebut dapat dilihat bahwa rendahnya kepuasan konsumen PT. KAI yang menyebabkan banyaknya keluhan dari konsumen PT. KAI (Prameks) sehingga PT. KAI harus lebih jeli dalam menyusun strategi dalam memuaskan konsumennya dan memenangkan kompetisi dalam industri transportasi. Band (dalam Nasution, 2004) mengatakan bahwa kepuasan tercapai ketika kualitas memenuhi dan melebihi harapan, keinginan dan kebutuhan konsumen. Sebaliknya, bila kualitas tidak memenuhi dan melebihi harapan, keinginan dan kebutuhan konsumen maka kepuasan tidak tercapai.

Konsumen yang tidak puas terhadap barang atau jasa yang dikonsumsinya akan mencari perusahaan lain yang mampu menyediakan kebutuhannya.

Dalam industri transportasi khususnya kereta api, persepsi kualitas pelayanan merupakan faktor yang memiliki peran penting. Persepsi terhadap kualitas pelayanan adalah persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan yang meliputi pandangan, pemahaman atau tanggapan konsumen terhadap keunggulan dari kualitas pelayanan yang terbentuk melalui proses penginderaan dan pemahaman. Parasuraman (dalam Lupiyoadi, 2006) mengemukakan terdapat lima aspek kualitas pelayanan, yaitu pertama, *tangibles*, meliputi fasilitas fisik, peralatan dan penampilan petugas, kebersihan, kerapian, dan kenyamanan ruangan. Kedua, *reliability*, kemampuan karyawan memberikan pelayanan dengan segera, tepat waktu dan benar misalnya penerimaan yang cepat dan benar. Ketiga, *responsiveness*, kemampuan karyawan dalam menanggapi keluhan konsumen termasuk kemampuan karyawan untuk cepat tanggap dalam menyelesaikan keluhan dan tindakan cepat pada saat di butuhkan. Keempat, *assurance*, kepercayaan pelanggan terhadap jaminan kenyamanan serta keamanan sehingga akibat pelayanan yang diberikan konsumen merasa puas. Dan kelima, *empathy*, meliputi kebutuhan dalam melakukan hubungan yang baik dan memahami kebutuhan konsumen yang terwujud dalam bentuk komunikasi yang baik terhadap konsumen dan perhatian terhadap setiap konsumen.

Kualitas pelayanan Prameks dapat dikukur dari sisi konsumen, yaitu dengan melihat persepsi konsumen terhadap pelayanan aktual yang diterima dan harapan konsumen. Idealnya, tidak ada kesenjangan antara persepsi dan harapan

konsumen yang berarti pelayanan yang diberikan baik, karena sesuai dengan harapan konsumen (Supranto, 2006). Perusahaan harus mampu menyediakan kualitas pelayanan yang terbaik dan konsisten dalam industri jasa. Hal tersebut perlu dilakukan karena kepuasan konsumen tidak terjadi begitu saja (Tjiptono, 2001).

Menurut Lupiyoadi (2006) dengan meningkatnya kepuasan konsumen ini diharapkan dapat meningkatkan upaya mempertahankan konsumen yang pada akhirnya akan menghasilkan profit yang lebih besar. Dewasa ini semakin diyakini bahwa kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah memberikan kepuasan terhadap konsumen melalui penyampaian produk dan jasa yang berkualitas (Tjiptono, 2004).

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Tse dan Wolson (dalam Bolton dan Drew, 1990), menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang dirasakan konsumen mempunyai pengaruh langsung terhadap kepuasan dan ketidakpuasan konsumen. Ditambahkan oleh Parasuraman dkk (dalam Tjiptono, 2006) bahwa kualitas pelayanan yang dirasakan oleh konsumen akan mempengaruhi kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian. Kualitas pelayanan baik yang dirasakan konsumen akan meningkatkan kepuasan konsumen.

O'sullivan dan Sheffrin (2003) menyatakan bahwa ada hubungan yang signifikan antara persepsi terhadap kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen. Apabila konsumen merasa puas maka konsumen akan cenderung kembali menggunakan produk atau jasa tersebut. Kepuasan konsumen semakin meningkat apabila kualitas pelayanan yang diberikan tinggi atau baik.

Berdasarkan penjelasan tersebut dapat ditarik benang merah bahwa salah satu cara untuk dapat terciptanya kepuasan konsumen, perusahaan perlu memberikan pelayanan yang berkualitas kepada konsumen sehingga terbentuk persepsi kualitas pelayanan yang positif dalam diri konsumen dan pada gilirannya tercipta kepuasan konsumen. Demikian juga dengan PT. KAI untuk menciptakan kepuasan konsumen adalah menjaga dan selalu meningkatkan kualitas pelayanan PT. KAI (Prameks). Apabila kualitas pelayanan PT. KAI terjamin, permintaan pasar dan produktifitas akan meningkat, hasilnya adalah meningkatnya pendapatan PT. KAI dan kepuasan pada konsumen pengguna jasa itu sendiri.

Disimpulkan bahwa persepsi kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan yang dirasakan oleh konsumen. Kepuasan konsumen akan tercipta apabila mendapat kualitas pelayanan yang sesuai dengan standar dan harapan konsumen, sehingga para konsumen akan mempersepsikan positif terhadap kualitas pelayanan pada PT. KAI. Sebaliknya ketidakpuasan terjadi apabila PT. KAI tidak memenuhi standar dan tidak sesuai dengan harapan konsumen sehingga konsumen akan mempersepsikan negatif terhadap kualitas pelayanan PT. KAI. Berdasarkan uraian diatas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada hubungan antara persepsi terhadap kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen pengguna jasa kereta api prameks PT. Kereta Api Indonesia (Persero)?

B. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada hubungan antara Persepsi terhadap Kualitas pelayanan PT. KAI dengan kepuasan konsumen di PT. KAI

2. Manfaat penelitian

- a. Secara teoritis, hasil penelitian diharapkan dapat bermanfaat dan memberikan sumbangan ilmiah dalam pengembangan bidang Psikologi Industri dan Organisasi khususnya terkait Persepsi terhadap Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen.
- b. Manfaat praktis bagi konsumen KA Prameks, penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan informasi bagi konsumen tentang Persepsi terhadap Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen pengguna jasa Kereta Api Prameks.
- c. Manfaat praktis bagi PT. KAI, penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi bagi pihak perusahaan mengenai peranan persepsi kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Hal tersebut dapat dijadikan pertimbangan bagi perusahaan yang ingin meningkatkan kepuasan konsumen.