

BAB V

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pengolahan data dari penelitian yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa Transportasi Kereta Api Joglokerto, secara rinci akan dibahas dan diuraikan dalam bab ini.

5. 1. Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini meliputi uji validitas dan uji reliabilitas terhadap 100 responden yang bertujuan untuk mengetahui sah atau tidaknya suatu kuesioner. Dalam penelitian ini uji instrumen data kualitas pelayanan terdiri dari *tangible* (X1), *reliability* (X2), *responsiveness* (X3), *assurance* (X4), dan *emphaty* (X5), serta variabel kepuasan konsumen (Y).

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk menunjukkan tingkat kesahihan atau validitas item tersebut. Item dikatakan valid jika skor tersebut mempunyai kesejajaran dengan skor totalnya (Arikunto, 2002). Uji validitas dilakukan dengan mengkorelasi antara skor yang diperoleh untuk masing-masing pertanyaan dengan skor total.

Pengujian validitas dilakukan dengan bantuan komputer menggunakan program SPSS for Windows Versi 20.0. Dalam penelitian ini pengujian validitas hanya dilakukan terhadap responden. Pengambilan

keputusan berdasarkan pada nilai r hitung (*Corrected Item-Total Correlation*) > r tabel sebesar 0,201, untuk $df = 100 - 2 = 98$; $\alpha = 0,05$ maka item/ pertanyaan tersebut valid dan sebaliknya. Untuk lebih lengkapnya uji validitas kuisioner dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel V.1. Uji Validitas Instrumen

Variabel	Pertanyaan	R Hitung (Corrected Item-Total Correlation)	R Tabel	Keterangan
Tangibles	Tangibles1	0,408	0,201	valid
	Tangibles2	0,548	0,201	valid
	Tangibles3	0,780	0,201	valid
	Tangibles4	0,721	0,201	valid
	Tangibles5	0,668	0,201	valid
Reliability	Reliability1	0,868	0,201	valid
	Reliability2	0,761	0,201	valid
	Reliability3	0,931	0,201	valid
	Reliability4	0,645	0,201	valid
	Reliability5	0,860	0,201	valid
Responsiveness	Responsiveness1	0,780	0,201	valid
	Responsiveness2	0,812	0,201	valid
	Responsiveness3	0,926	0,201	valid
	Responsiveness4	0,869	0,201	valid
	Responsiveness5	0,866	0,201	valid
Assurance	Assurance1	0,625	0,201	valid
	Assurance2	0,751	0,201	valid
	Assurance3	0,838	0,201	valid
	Assurance4	0,799	0,201	valid
	Assurance5	0,785	0,201	valid
Emphaty	Emphaty1	0,325	0,201	valid
	Emphaty2	0,731	0,201	valid
	Emphaty3	0,717	0,201	valid
	Emphaty4	0,600	0,201	valid
	Emphaty5	0,598	0,201	Valid
Kepuasan	Kepuasan1	0,562	0,201	Valid
	Kepuasan2	0,671	0,201	Valid
	Kepuasan3	0,708	0,201	Valid
	Kepuasan4	0,747	0,201	Valid
	Kepuasan5	0,798	0,201	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah tahun 2017. Lampiran 2

Pada tabel 5.1 terlihat bahwa pada masing-masing pertanyaan nilai R hitung > R tabel yaitu R hitung > 0,201 sehingga pertanyaan untuk variabel dimensi kualitas pelayanan *tangible* (X1), *reliability* (X2), *responsiveness* (X3), *assurance* (X4), dan *emphaty* (X5), serta variabel kepuasan konsumen (Y) dinyatakan valid dan layak untuk digunakan.

b. Reliabilitas angket penelitian

Instrumen dikatakan reliabel atau dapat dipercaya apabila instrumen cukup dapat menunjukkan kekonstanan hasil pengukuran, sehingga dapat membuktikan bahwa alat ukur tersebut benar-benar dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya (Suharsimi Arikunto, 2006). Untuk mengetahui reliabilitas instrumen penelitian digunakan rumus Alpha. Jika nilai Cronbach Alpha lebih kecil dari 0,60 termasuk dalam tingkat reliabilitasnya kurang baik, di atas 0,7 sampai 0,8 adalah tingkat reliabilitasnya dapat diterima, sedangkan yang baik adalah jika di atas 0,8 (Ghozali, 2002)

Hasil uji reliabilitas kuisioner penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel V.2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Koef. Alpha	Nilai Kritis	Status
Bukti fisik	0,824	0,8	Handal
Keandalan	0,928	0,8	Handal
Daya tanggap	0,943	0,8	Handal
Jaminan	0,903	0,8	Handal
Empati	0,800	0,8	Handal

Kepuasan Pelanggan	0,869	0,8	Handal
--------------------	-------	-----	--------

Sumber: Data Primer yang diolah tahun 2017. Lampiran 3

Dilihat dari hasil uji reliabilitas seperti yang tertera pada tabel 5.2 terlihat bahwa:

- a. Nilai Cronbach's Alpha dari variabel *Tangible* (X1) adalah $0,824 > 0,6$ sehingga variabel *Tangible* (X1) pada penelitian ini dinyatakan reliabel dan dapat diterima.
- b. Nilai Cronbach's Alpha dari variabel *Reliability* (X2) adalah $0,928 > 0,6$ sehingga variabel *Reliability* (X1) pada penelitian ini dinyatakan reliabel dan dapat diterima.
- c. Nilai Cronbach's Alpha dari variabel *Responsiveness* (X3) adalah $0,943 > 0,6$ sehingga variabel *Responsiveness* (X3) pada penelitian ini dinyatakan reliabel dan dapat diterima.
- d. Nilai Cronbach's Alpha dari variabel *Assurance* (X4) adalah $0,903 > 0,6$ sehingga variabel *Assurance* (X4) pada penelitian ini dinyatakan reliabel dan dapat diterima.
- e. Nilai Cronbach's Alpha dari variabel *Emphaty* (X5) adalah $0,800 > 0,6$ sehingga variabel *Emphaty* (X5) pada penelitian ini dinyatakan reliabel dan dapat diterima.
- f. Nilai Cronbach's Alpha dari variabel Kepuasan Konsumen (Y) adalah $0,869 > 0,6$ sehingga variabel Kepuasan Konsumen (Y) pada penelitian ini dinyatakan reliabel dan dapat diterima.

5.2. Analisis Karakteristik Responden

Karakteristik responden merupakan ciri-ciri responden didasarkan suatu variabel-variabel demografi, sosial ekonomi, dan kondisi lingkungan responden. Dalam penelitian ini dikumpulkan data primer melalui kuisisioner untuk mengetahui tanggapan konsumen terhadap dimensi kualitas pelayanan jasa di Kereta Api Joglokerto dalam hubungannya dengan kepuasan konsumen. Penyebaran kuisisioner dilakukan pada 100 responden yang menjadi sampel penelitian. Dari data karakteristik responden dapat diketahui bagaimana struktur ciri-ciri penumpang Kereta Api Joglokerto, sehingga informasi ini akan dapat digunakan sebagai masukan dalam melakukan perbaikan sesuai dengan kondisi dan kebutuhan responden. Informasi ini juga bisa digunakan sebagai masukan dalam strategi kebijakan segmentasi berdasarkan karakteristik responden, karakteristik responden pada penelitian ini meliputi:

1. Karakteristik Pengguna Jasa

Pengguna jasa penting dalam suatu penilaian kepuasan, ini bertujuan untuk mengetahui responden menggunakan jasa Kereta Api untuk kepentingan pribadi atau untuk kepentingan perusahaan. Lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel V.3.

Tabel V.3 Karakteristik Pengguna Jasa

pengguna jasa	frekuensi (F)	Persentase (%)
Perusahaan	0	0
Pribadi/Perorangan	100	100
Total	100	100

Sumber: Data Primer yang diolah tahun 2017. Lampiran 4

Tabel 5.3 menunjukkan karakteristik pengguna jasa Kereta Api Joglokerto. Responden menggunakan jasa Kereta Api Joglokerto untuk kepentingan pribadi/ perorangan menunjukkan persentase sebesar 100%.

2. Karakteristik Usia Responden

Usia merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi pendapat seseorang. Usia penting dalam suatu penilaian kepuasan. Bagi responden, makin matang usia seseorang, maka makin bagus penilaian atas kualitas pelayanan yang memuaskan. Hal ini juga menjadi pertimbangan penulis dalam memberikan kuisisioner kepada para responden. Untuk dapat melihat dari segmen usia berapa responden yang memberikan pendapatnya dalam kuisisioner, seperti yang terlampir pada tabel V.4.

Tabel V.4 Karakteristik Usia Responden

Usia (Tahun)	Frekuensi (F)	Persentase (%)
15 - 20	32	32
21 - 25	41	41
26 - 30	27	27
31 - 35	0	0
> 35	0	0
Total	100	100

Sumber: Data Primer yang diolah tahun 2017. Lampiran 4

Sebagian besar pengguna jasa Kereta Api Joglokerto berusia 21 - 25 tahun dengan persentase 41%, lalu usia 15 - 20 tahun dengan persentase sebesar 32%, dan sisanya yang berusia 26 – 30 tahun sebesar 27%. Dari hasil tersebut terlihat bahwa responden sebagian besar berada pada kisaran usia produktif yaitu yang paling besar usia 21 – 25 tahun dan usia 15 – 20

tahun. Dengan demikian pihak PT. Kereta Api Indonesia harus bisa menyesuaikan tuntutan kebutuhan pelanggannya yang sebagian besar pada usia produktif yang menuntut pengguna waktu yang efisien dan disiplin.

3. Karakteristik Pendidikan Responden

Pendidikan adalah jenjang pendidikan formal yang dinyatakan dengan bukti fisik memiliki ijazah sesuai dengan latar belakang dan disiplin ilmu pendidikan yang dipunyai, diakui oleh pemerintah secara legal yang dimiliki oleh konsumen Kereta Api Joglokerto. Lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel V.5.

Tabel V.5 Karakteristik Pendidikan Responden

Pendidikan	Frekuensi (F)	Persentase (%)
SMA	16	16
DIPLOMA	18	18
S1	59	59
S2	7	7
Lainnya	0	0
Total	100	100

Sumber: Data Primer yang diolah tahun 2017. Lampiran 4

Latar belakang pendidikan sebagian besar penumpang Kereta Api Joglokerto adalah lulusan Strata-1 (S1) dimanas sebesar 59% yang merupakan tertinggi diantara lainnya serta Diploma sebesar 18%, yang memiliki latar belakang SMA sebesar 16%, dan Pascasarjana sebesar 7%. Dari hasil tersebut bahwa dapat disimpulkan konsumen Kereta Api Joglokerto rata-rata adalah Strata 1 dimana mereka yang memiliki pendidikan tinggi. Jenis pendidikan ini biasanya adalah termasuk orang

dengan konsumsi waktu yang padat dan terencana sehingga tidak banyak waktu yang terbuang sia-sia.

5.3 Analisis Deskriptif

Metode analisa deskriptif digunakan untuk mengetahui dan menganalisis data jawaban responden terhadap variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Dari data-data responden tersebut akan dikelompokkan berdasarkan interval penilaian.

Konsumen Kereta Api Joglokerto memiliki penilaian terhadap kepentingan setiap atribut layanan yang ada dan kepentingan ini akan dominan mempengaruhi kualitas layanan. Kualitas layanan yang merupakan ukuran kinerja layanan dipersepsikan oleh pelanggan dengan kepuasan konsumen.

Tabel V.6. Hasil Analisis Deskriptif

Variabel	No	Pertanyaan	Rerata	Keterangan
<i>Tangibles</i>	1	Kebersihan fasilitas di Kereta Api	4.10	Baik
	2	Kenyamanan kursi di Kereta Api Joglokerto	3.90	Baik
	3	Kelengkapan brosur informasi mengenai layanan kereta api di Customer Service	3.83	Baik
	4	Fasilitas penunjang seperti stop kontak, kotak P3K, dan petunjuk jalur evakuasi	3.71	Baik
	5	Kerapihan penampilan pakaian petugas	3.80	Baik
			<i>Rata-rata</i>	3.87
<i>Reliability</i>	1	Kesesuaian waktu keberangkatan dengan jadwal yang telah ditentukan	3.83	Baik
	2	Kesesuaian waktu sampai tujuan dengan jadwal yang telah	3.92	Baik

		ditentukan			
	3	Keakuratan informasi pada tiket Kereta Api	3.78	Baik	
	4	Kesesuaian antara harga tiket Kereta Api dengan kualitas pelayanan yang diberikan	4.05	Baik	
	5	Informasi gangguan perjalanan Kereta Api (waktu)	3.69	Baik	
		<i>Rata-rata</i>	3.85	Baik	
<i>Responsiveness</i>	1	Kesigapan kondektur dan petugas dalam mengetahui dan mengerti kebutuhan konsumen di dalam kereta api	4.34	Sangat Baik	
	2	Kesigapan customer service dalam mengetahui dan mengerti kebutuhan konsumen	4.34	Sangat Baik	
	3	Kemampuan petugas dalam membantu menyelesaikan permasalahan yang dialami konsumen	4.05	Baik	
	4	Kemampuan customer service dalam memberikan penjelasan informasi yang diperlukan konsumen	4.05	Baik	
	5	Kesungguhan petugas dalam membantu kebutuhan penumpang	4.02	Baik	
			<i>Rata-rata</i>	4.16	Baik
	<i>Assurance</i>	1	Jaminan keamanan konsumen sampai tempat tujuan	4.22	Sangat Baik
2		Keakuratan informasi yang disampaikan oleh petugas	4.16	Baik	
3		Ketelitian dalam melayani penumpang	4.11	Baik	
4		Petugas bersikap sopan saat memeriksa tiket Kereta Api Joglokerto	4.02	Baik	
5		Petugas selalu memberikan salam kepada penumpang Kereta Api Joglokerto	4.05	Baik	
			<i>Rata-rata</i>	4.11	Baik
<i>Emphaty</i>	1	Keramahan petugas dalam melayani konsumen	3.95	Baik	
	2	Keramahan customer service	3.85	Baik	

		dalam melayani konsumen		
	3	Kesopanan kondektur dan petugas dalam melayani konsumen	3.80	Baik
	4	Petugas Kereta Api Joglokerto memberikan perhatian kepada setiap penumpang	3.86	Baik
	5	Kesabaran steward/stewardess dalam melayani konsumen di dalam Kereta Api Joglokerto	3.87	Baik
		<i>Rata-rata</i>	3.87	Baik
Kepuasan	1	Bukti langsung seperti penampilan fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi yang ada di Kereta Api Joglokerto	4.36	Sangat Puas
	2	Kemampuan Kereta Api Joglokerto dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan	4.15	Puas
	3	Keinginan karyawan untuk membantu para konsumen dan memberikan pelayanan dengan tanggap	4.02	Puas
	4	Pengetahuan, kemampuan kesopanan dan sikap dapat dipercaya dari para karyawan, serta jaminan keamanan (bebas dari bahaya, resiko dan ragu-ragu)	4.02	Puas
	5	Kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para konsumen	4.04	Puas
			<i>Rata-rata</i>	4.12

Sumber: Data Primer yang diolah tahun 2017. Lampiran 1

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa pertanyaan penelitian dalam variabel penelitian *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Emphaty* memiliki rata-rata skor yang tergolong baik yaitu skor di antara 3,40 – 4,19. Sedangkan rata-rata skor pertanyaan pada variabel kepuasan adalah 4,12 yang tergolong puas.

5.4 Pengujian Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik dilakukan dengan melakukan uji multikolonieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji normalitas. Uji asumsi klasik bertujuan untuk memperoleh estimator linier tidak bias yang terbaik atau BLUE (best linier unbiased estimator). Pengujian Asumsi Klasik secara lebih rinci akan dijabarkan seperti berikut:

1. Uji Multikolinearitas

Pengujian ada tidaknya gejala multikolinearitas dilakukan dengan memperhatikan nilai matriks korelasi yang dihasilkan pada saat pengolahan data serta nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan Tolerance-nya, apabila nilai matriks korelasi tidak ada yang lebih besar dari 0,5 maka dapat dikatakan data yang akan dianalisis terlepas dari gejala multikolinearitas, kemudian apabila nilai VIF berada dibawah 10 dan nilai Tolerance mendekati 1, maka diambil kesimpulan bahwa model regresi tersebut tidak terdapat problem multikolinearitas (Santoso, 2000).

Tabel V.7 Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
1 Tangibles	,717	1,394
Reliability	,834	1,199
Responsiveness	,724	1,382
Assurance	,727	1,376
Emphaty	,707	1,414

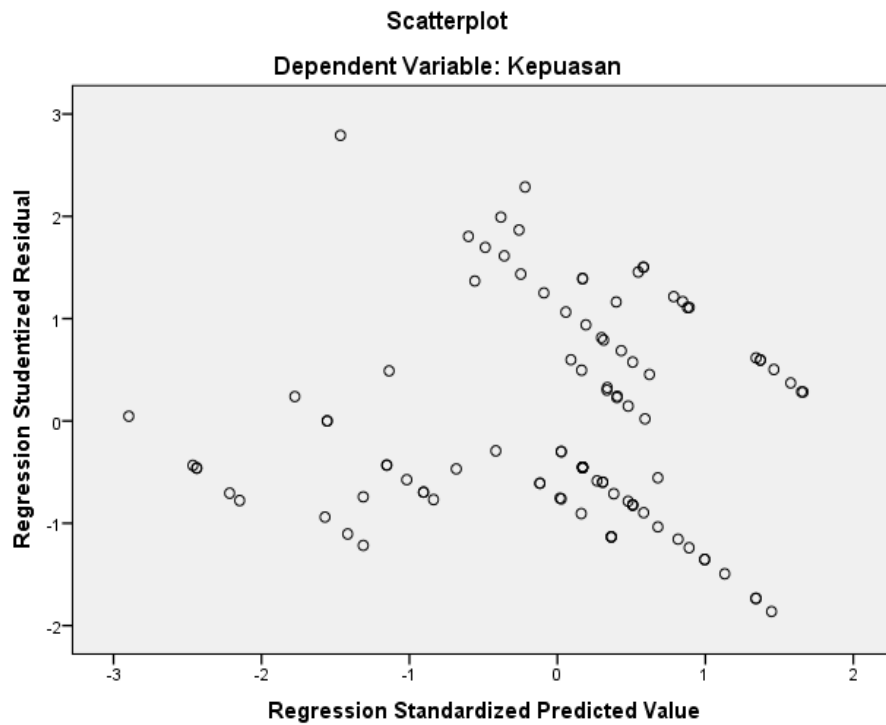
a. Dependent Variable: Kepuasan.

Sumber: Data Primer yang diolah tahun 2017. Lampiran 5

Berdasarkan tabel 5.7 dapat diketahui bahwa tidak terdapat multikolinearitas dalam model karena nilai VIF < 10 dan Tolerance mendekati 1.

2. Heterokedastisitas

Salah satu cara untuk mendeteksi heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik scatter plot antara nilai prediksi variable terikat (z PRED) dan nilai residualnya (s RESID). Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari suatu residual pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika ada titik-titik membentuk pola tertentu yang teratur seperti bergelombang, melebar, kemudian menyempit maka telah terjadi heteroskedastisitas. Jika titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y tanpa membentuk pola tertentu maka tidak terjadi heteroskedastisitas.



Gambar V.1. Uji Heterokodesitas.

Sumber: Data Primer yang diolah tahun 2017. Lampiran 6

Gambar 5.1 tidak menunjukkan adanya pola tertentu dan data tersebar di atas 0 dan di bawah 0 yang berarti tidak terjadi heterokodesitas dalam model regresi.

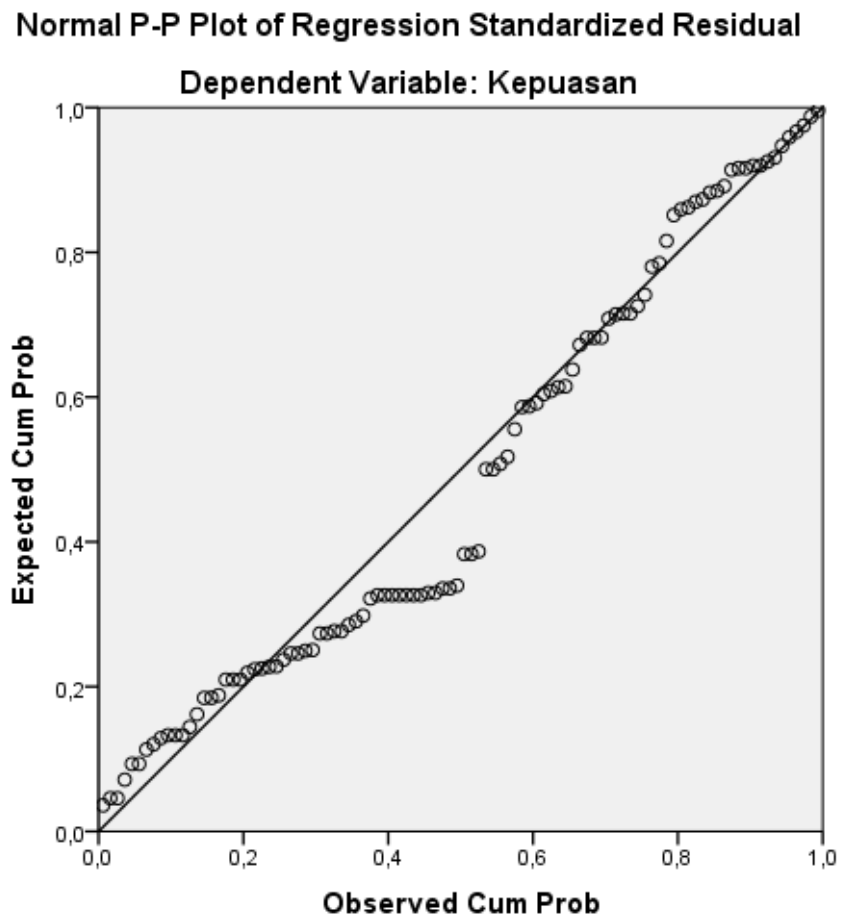
3. Uji Normalitas

Metode grafik yang handal untuk menguji normalitas data adalah dengan melihat *normal probability plot*, sehingga hampir semua aplikasi komputer statistik menyediakan fasilitas ini. *Normal probability plot* adalah membandingkan distribusi kumulatif data yang sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal (*hypothetical distribution*). Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam

sebuah model regresi, variabel *dependent*, variabel *independent*, atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Suatu data dikatakan mengikuti distribusi normal dilihat dari penyebaran data pada sumbu diagonal dari grafik. Model regresi yang baik adalah yang mendekati normal.

Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

1. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.



Gambar V.2. Uji Normalitas

Sumber: Data Primer yang diolah tahun 2017. Lampiran 6

Berdasarkan gambar di atas dapat diketahui bahwa penyebaran data (titik) pada Normal P-Plot of Regression Standardized dari variabel terikat menyebar di sekitar garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

5.5 Analisis Regresi Berganda

Menurut Supranto (2007) analisis regresi berganda digunakan untuk memperkirakan/meramalkan nilai variabel Y, akan lebih baik daripada ikut memperhitungkan variabel-variabel lain yang ikut mempengaruhi Y. Dengan

demikian, kita mempunyai hubungan antara satu variabel tidak bebas (dependent variable) Y dengan beberapa variabel lain yang bebas (Independent Variable) X1, X2, ..., Xn. Hasil analisis uji regresi berganda adalah sebagai berikut:

Tabel V.8 Analisis Koefisien Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-1,200	,536		-2,241	,027
1 Tangibles	,333	,115	,240	2,907	,005
Reliability	,355	,085	,318	4,158	,000
Responsiveness	,156	,077	,167	2,025	,046
Assurance	,243	,111	,180	2,198	,030
Emphaty	,262	,129	,169	2,037	,044

a. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber: Data Primer yang diolah tahun 2017. Lampiran 7

$$Y = -1,200 + 0,333.X1 + 0,355.X2 + 0,156.X3 + 0,243.X4 + 0,262.X5$$

dengan

Y = Kepuasan Pelanggan

X1 = *tangibles*

X2 = *reliability*

X3 = *responsiveness*

X4 = *Assurance*

X5 = *Emphaty*

Dari hasil estimasi regresi yang diperoleh dapat dijelaskan makna koefisien regresi sebagai berikut :

- $a = -1,200$ Menunjukkan nilai konstanta dari Kepuasan Pelanggan, yang berarti jika pengaruh Bukti fisik, Keandalan, Daya tanggap, Jaminan dan empati sama dengan nol maka nilai Kepuasan Pelanggan adalah sebesar $-1,200$.
- $b_1 = 0,333$ Artinya apabila penilaian terhadap *tangibles* naik sebesar 1 satuan penilaian terhadap Kepuasan Pelanggan akan naik sebesar $0,333$ satuan. Variabel *tangibles* memiliki arah hubungan positif terhadap Kepuasan Pelanggan.
- $b_2 = 0,355$ Artinya apabila variabel *reliability* naik sebesar 1 satuan penilaian terhadap Kepuasan Pelanggan akan naik sebesar $0,355$ satuan. Variabel *reliability* memiliki arah hubungan positif terhadap Kepuasan Pelanggan.
- $b_3 = 0,156$ Artinya apabila variabel *responsiveness* naik sebesar 1 satuan penilaian terhadap Kepuasan Pelanggan akan naik sebesar $0,156$ satuan. Variabel *responsiveness* memiliki arah hubungan positif terhadap Kepuasan Pelanggan.
- $b_4 = 0,243$ Artinya apabila variabel *assurance* naik sebesar 1 satuan penilaian terhadap Kepuasan Pelanggan akan

naik sebesar 0,243 satuan. Variabel *assurance* memiliki arah hubungan positif terhadap Kepuasan Pelanggan.

$$b_5 = 0,262$$

Artinya apabila variabel *Emphaty* naik sebesar 1 satuan penilaian terhadap Kepuasan Pelanggan akan naik sebesar 0,262 satuan. Variabel *Emphaty* memiliki arah hubungan positif terhadap Kepuasan Pelanggan.

Berdasarkan besarnya koefisien beta, maka pengaruh paling dominan variabel bebas terhadap variabel terikat adalah pengaruh variabel *reliability* karena koefisien betanya (*Standardized Coefficients*) paling besar dibandingkan lainnya yaitu 0,318.

5.6 Koefisien Korelasi Berganda (R) dan Determinasi (R²)

Untuk mengukur sumbangan variabel bebas terhadap variabel terikat dapat diketahui besarnya koefisien determinasi ganda (R²), hasilnya sebagai berikut:

Tabel V.9 Korelasi Berganda (R) dan Determinasi (R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,735 ^a	,540	,516	,43703

a. Predictors: (Constant), *Emphaty*, *Reliability*, *Assurance*, *Responsiveness*, *Tangibles*

b. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber: Data Primer yang diolah tahun 2017.

Lampiran 7

Berdasarkan analisis koefisien determinasi untuk persamaan regresi diperoleh koefisien korelasi berganda (R) sebesar 0,735 artinya korelasi antara variabel *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty* secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan (Y) tergolong kuat.

Sedangkan koefisien determinasi (Adjusted R²) sebesar 0,516, yang berarti pengaruh variabel *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty* secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan (Y) sebesar 51,6% sedangkan sisanya sebesar 48,4% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini seperti promosi yang disampaikan oleh perusahaan untuk para konsumen.

5.7 Uji T

Pengujian selanjutnya dilakukan untuk menguji hipotesis secara parsial dengan uji t.

Tabel V. 10 Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-1,200	,536		-2,241	,027
1 Tangibles	,333	,115	,240	2,907	,005
Reliability	,355	,085	,318	4,158	,000
Responsiveness	,156	,077	,167	2,025	,046
Assurance	,243	,111	,180	2,198	,030
Emphaty	,262	,129	,169	2,037	,044

Sumber: Data Primer yang diolah tahun 2017. Lampiran 7

Ha.1. Bukti fisik berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Kereta Api Joglokerto daerah operasi VI Lempuyangan Yogyakarta

Ha.2. Keandalan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Kereta Api Joglokerto daerah operasi VI Lempuyangan Yogyakarta

Ha.3. Daya tanggap berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Kereta Api Joglokerto daerah operasi VI Lempuyangan Yogyakarta

Ha.4. Jaminan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Kereta Api Joglokerto daerah operasi VI Lempuyangan Yogyakarta

Ha.5. Empati berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Kereta Api Joglokerto daerah operasi VI Lempuyangan Yogyakarta

Kriteria pengujian:

Sig t hitung $< 0,05$, maka Hipotesis diterima

Sig t hitung $> 0,05$, maka Hipotesis ditolak

Pengambilan keputusan :

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil sebagai berikut:

- 1) Bukti fisik berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Kereta Api Joglokerto daerah operasi VI Lempuyangan Yogyakarta. Hal ini ditunjukkan oleh nilai sig t hitung $(0,005) < 0,05$

- 2) Keandalan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Kereta Api Joglokerto daerah operasi VI Lempuyangan Yogyakarta. Hal ini ditunjukkan oleh nilai sig t hitung $(0,000) < 0,05$
- 3) Daya tanggap berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Kereta Api Joglokerto daerah operasi VI Lempuyangan Yogyakarta. Hal ini ditunjukkan oleh nilai sig t hitung $(0,046) < 0,05$
- 4) Jaminan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Kereta Api Joglokerto daerah operasi VI Lempuyangan Yogyakarta. Hal ini ditunjukkan oleh nilai sig t hitung $(0,030) < 0,05$
- 5) Empati berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Kereta Api Joglokerto daerah operasi VI Lempuyangan Yogyakarta. Hal ini ditunjukkan oleh nilai sig t hitung $(0,044) < 0,05$

5.8 Uji F (pengaruh Serentak)

Hasil analisis pengaruh serentak variabel bebas terhadap terikat adalah sebagai berikut:

Tabel V.11 Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	21,094	5	4,219	22,089	,000 ^b
	Residual	17,953	94	,191		
	Total	39,048	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan

b. Predictors: (Constant), Emphaty, Reliability, Assurance, Responsiveness, Tangibles

Sumber: Data Primer yang diolah tahun 2017. Lampiran 7

Berdasarkan tabel 5.9 dapat diketahui bahwa Bukti fisik, Keandalan, Daya tanggap, Jaminan dan Empati berpengaruh bersama - sama terhadap Kepuasan Pelanggan pada Kereta Api Joglokerto daerah operasi VI Lempuyangan Yogyakarta. Hal ini ditunjukkan oleh nilai sig. (0,000) < 0,05. Sehingga hipotesis penelitian ke enam yang berbunyi Bukti fisik, Keandalan, Daya tanggap, Jaminan dan Empati berpengaruh bersama - sama terhadap Kepuasan Pelanggan pada Kereta Api Joglokerto daerah operasi VI Lempuyangan Yogyakarta diterima.

5.9 Pembahasan

1. Pembahasan Hasil Penelitian

Pembahasan dalam penelitian ini meliputi pembahasan hasil penelitian dan pembahasan implementasi variabel kualitas pelayanan pada Kereta Api Joglokerto.

Dari hasil analisis sebelumnya diketahui bahwa kualitas pelayanan yang terdiri dari *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* memiliki pengaruh yang positif baik secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan konsumen pada penumpang Kereta Api Joglokerto.

Penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Putra (2013) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen dalam Menggunakan Jasa Transportasi Kereta Api Madiun Jaya” yang menyatakan bahwa variabel yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap konsumen.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Sunarti (2015) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survei pada Penumpang Kereta Api Argo Bromo Anggrek Jurusan Surabaya-Jakarta)” yang menggunakan variabel bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati dari hasil penelitian diketahui bahwa ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat baik secara bersama-sama maupun secara parsial.

Selain itu ada pula penelitian yang dilakukan oleh Ikasari (2013) dengan judul “Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada penumpang Kereta Api Kaligung Mas di Stasiun Poncol Semarang”, dan oleh Atmojo dan Untari (2014) dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan dan Emosional Terhadap Kepuasan Penumpang Kereta Api Ekonomi AC Majapahit”. Kedua penelitian ini juga menyebutkan bahwa ada pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel kualitas pelayanan yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* secara parsial dan simultan terhadap kepuasan konsumen.

2. Pembahasan Implementasi Variabel Kualitas Pelayanan

a. Implementasi Variabel *Tangible* (X1)

Tangible (berwujud) merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensi nya kepada pihak eksternal yang meliputi penampilan fisik dan peralatan yang digunakan. Implementasi variabel *tangible* pada penelitian ini merujuk pada kriteria kebersihan fasilitas di

Kereta Api Joglokerto , kenyamanan kursi, kelengkapan brosur informasi, fasilitas penunjang seperti stop kontak, P3K, dan petunjuk jalur evakuasi, dan kerapihan petugas Kereta Api Joglokerto.

Hasil rata-rata (*Mean*) untuk variabel tangible ini menunjukkan angka penilaian 3,87 yang diklasifikasikan pada kategori “Baik” karena masih dalam range penilaian “Baik” yaitu pada angka 3,40 – 4,19. Pada variabel tangible ini penilaian tertinggi terdapat pada kebersihan fasilitas di Kereta Api Joglokerto yang ada pada kategori “Baik” yaitu pada angka penilaian 4,10. Kebersihan di Kereta Api Joglokerto membuat penumpang merasa puas dan nyaman. Selain itu fasilitas penunjang dan kenyamanan di Kereta Api Joglokerto membuat penumpang tidak cepat bosan dalam perjalanan. Beberapa faktor inilah yang dapat membuat penumpang Kereta Api Jolgokerto merasa puas dan nyaman sehingga para penumpang yang menjadi responden pada penelitian ini rata – rata memberikan penilaian yang baik.

b. Implementasi Variabel Reliability (X2)

Reliability merupakan kemampuan untuk menampilkan pelayanan yang dijanjikan dengan terpercaya dan akurat. Implementasi variabel *reliability* pada penelitian ini merujuk pada kriteria kesesuaian waktu keberangkatan, kesesuaian waktu sampai tujuan, keakuratan informasi pada tiket, kesesuaian antara harga tiket KA dengan kualitas pelayanan, dan informasi gangguan perjalanan Kereta Api Joglokerto.

Hasil rata-rata (*Mean*) untuk variabel *reliability* ini menunjukkan angka penilaian 3,85 yang diklasifikasikan pada kategori “Baik” yang terdapat dalam range penilaian “Baik” yaitu pada angka penilaian 3,40 – 4,19. Dimana nilai tertinggi pada variabel kesesuaian antara harga tiket Kereta Api Joglokerto dengan kualitas pelayanan yang diberikan ada pada kategori “Baik”. Dalam hal ini menandakan bahwa kualitas yang diberikan oleh Kereta Api Joglokerto seperti kondisi dan fasilitas sesuai dengan harga tiket.

c. Implementasi Variabel *Responsiveness* (X3)

Responsiveness (ketanggapan) merupakan kebijakan untuk memberikan pelayanan yang cepat dan tepat pada pelanggan. Implementasi variabel *responsiveness* pada penelitian ini merujuk pada kriteria kesigapan kondektur dan petugas, kesigapan customer service, kemampuan petugas dalam menyelesaikan masalah dan kemampuan customer service dalam memberikan penjelasan informasi, kesungguhan petugas dalam membantu kebutuhan penumpang.

Hasil rata-rata (*Mean*) untuk variabel *responsiveness* ini menunjukkan angka penilaian 4,16 yang diklasifikasikan pada kategori “Baik” karena masih terdapat dalam range penilaian “Baik” yaitu pada angka penilaian 3,40 – 4,19. Nilai tertinggi pada variabel *responsiveness* ini adalah penilaian terhadap kesigapan kondektur dan petugas, dan customer service dalam mengerti kebutuhan para penumpang Kereta Api Joglokerto yaitu

pada angka 4, 32 kategori “Sangat Baik”. Jika penumpang membutuhkan bantuan segera dilakukan atau diselesaikan oleh petugas Kereta Api Joglokerto.

d. Implementasi Variabel Assurance (X4)

Assurance (jaminan) merupakan kemampuan para karyawan dalam hal kesopanan serta kemampuan para karyawan untuk menumbuhkan rasa kepercayaan dan keyakinan. Implementasi variabel *assurance* pada penelitian ini merujuk pada kriteria keamanan penumpang sampai tempat tujuan, keakuratan informasi yang disampaikan oleh petugas, ketelitian dalam melayani penumpang, sikap kesopanan saat memeriksa tiket Kereta Api Joglokerto, dan petugas selalu memberikan salam kepada penumpang Kereta Api Joglokerto.

Hasil rata-rata (*Mean*) untuk variabel *assurance* ini menunjukkan angka penilaian 4,11 yang diklasifikasikan pada kategori “Baik” karena masih terdapat dalam range penilaian “Baik” yaitu pada angka penilaian 3,40 – 4,19. Nilai tertinggi pada variabel *assurance* ini adalah penilaian jaminan keamanan konsumen sampai tempat tujuan dengan angka 4,22 pada kategori “Sangat Baik”. Jaminan keamanan konsumen sampai tempat tujuan sangat penting karena memberikan rasa aman dari bahaya dan resiko ketika menggunakan Kereta Api Joglokerto sehingga penumpang menjadi percaya.

e. Implementasi Variabel *Emphaty* (X5)

Emphaty (Empati) merupakan perhatian dan pemahaman yang diberikan oleh para petugas kepada para konsumen. Implementasi variabel *emphaty* pada penelitian ini merujuk pada kriteria keramahan petugas dan keramahan customer service dalam melayani konsumen, kesopanan kondektur dan petugas dalam melayani penumpang, perhatian petugas Kereta Api, dan kesabaran petugas dalam melayani penumpang Kereta Api Joglokerto.

Hasil rata-rata (*Mean*) untuk variabel *emphaty* ini menunjukkan angka penilaian 3,87 yang diklasifikasikan pada kategori “Baik” terdapat dalam range penelitian 3,40 – 4,19. Nilai tertinggi pada variabel *emphaty* ini adalah penilaian terhadap keramahan petugas dalam melayani konsumen pengguna jasa Kereta Api Joglokerto yaitu pada angka 3,95. Keramahan dalam melayani konsumen sangat diperlukan karena dengan adanya keramahan dalam pelayanan menunjukkan adanya perhatian lebih yang diberikan oleh petugas terhadap apa yang dibutuhkan oleh konsumen. Faktor-faktor inilah yang dapat membuat konsumen merasakan adanya perhatian yang tulus dari para petugas Kereta Api Joglokerto.

3. Variabel Yang Paling Dominan

Penilaian rata-rata (*Mean*) dari variabel independent yaitu kualitas pelayanan yang terdiri dari dimensi tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan *emphaty*. Dimensi kualitas pelayanan tersebut memiliki rata-

rata penilaian dengan angka 4,12 yang diklasifikasikan dalam range penilaian “Baik”. Nilai paling tinggi yaitu pada variabel *tangible* yaitu di angka penilaian 4,36 yang terdapat pada kategori penilaian “Sangat Baik”. Bukti langsung (*tangible*) seperti penampilan fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi yang ada di Kereta Api Joglokerto sangat diperlukan dalam hal kepuasan konsumen. Fasilitas fisik yang memadai yang dimiliki oleh Kereta Api Joglokerto telah menarik hati penumpang sekaligus memberikan kesan bonafiditas. Perlengkapan peralatan yang lengkap yang dimiliki oleh Kereta Api Joglokerto dalam melayani penumpang menandakan bahwa hal ini telah memperlancar proses pelayanan kepada penumpang. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik Kereta Api adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa, dalam hal ini yaitu Kereta Api Joglokerto. Melalui hasil penilaian rata-rata (*mean*) ini dapat disimpulkan bahwa variabel *tangible* merupakan variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap variabel dependent yaitu kepuasan konsumen.