

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PADA PT KERETA API INDONESIA PERSERO DAOP 8
SURABAYA**

Muhammad Sugianto

m.sugianto62537@gmail.com

Dewi Urip Wahyuni

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

ABSTRACT

This research is aimed to examine the influence of the dimension of service quality i.e. tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy to the customer satisfaction of PT Kereta Api Indonesia Persero Daop 8 Surabaya. The population in this research is all service-users of PT Kereta Api Indonesia Persero Daop 8 Surabaya. The sample collection method has been carried out by using non probability sampling technique and based on the predetermined criteria, 100 respondents have been selected as samples. The data analysis technique method has been carried out by using multiple linear regressions analysis with the assistance of SPSS (Statistical Product and Services Solutions) application. The result of the research shows that reliability and empathy give positive and significant influence to the customer satisfaction due to the value of t-count is larger than the value of t-table and its significancy value is smaller than 0.05. Meanwhile, the variables i.e. tangibles, assurance, and empathy does give any significant influence to the customer satisfaction.

Keywords: *tangibles, reliability, responsiveness, assurance, empathy*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh dimensi kualitas layanan diantaranya Bukti Fisik, Keandalan, Jaminan, Daya Tanggap, dan Empati terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Kereta Api Indonesia Persero Daop 8 Surabaya. Populasi dalam penelitian ini adalah para pengguna jasa PT Kereta Api Indonesia Persero Daop 8 Surabaya. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik non probability sampling dan berdasarkan kriteria yang telah ditentukan maka diperoleh sampel sebanyak 100 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan alat bantu aplikasi SPSS (Statistical Product and Services Solutions). Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Keandalan dan Empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan karena nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Sedangkan variabel Bukti Fisik, Jaminan, dan Empati tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata kunci : bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati

PENDAHULUAN

Pada saat ini keberadaan bisnis dimasyarakatkan menjadi sangat penting, cepatnya laju pertumbuhan ekonomi diikuti banyaknya perusahaan yang bergerak dibidang sejenis, maka setiap perusahaan harus dapat berpikir keras untuk mengembangkan bisnisnya karena perkembangan pemasaran saat ini sangat luas baik dari segi pemasaran jasa maupun produk. Pemasaran sangat berkaitan erat dengan pelanggan yang saling melengkapi, dan biasanya dengan adanya pemasaran akan memberikan kemudahan untuk mencari barang atau jasa yang dibutuhkan oleh pelanggan. Begitu juga sebaliknya untuk meningkatkan pendapatan sudah tentu sebuah perusahaan harus dapat mempengaruhi keinginan dan kepuasan pelanggan. Sebuah perusahaan harus dapat memenuhi keinginan dan harapan baik yang bersifat fisik maupun psikologis untuk mendapatkan kepuasan seorang pelanggan.

Kualitas pelayanan juga merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu perusahaan jasa, dengan memberikan pelayanan yang baik maka akan memberikan kepuasan dan apabila pengguna jasa merasa puas atas jasa yang diberikan oleh sebuah perusahaan jasa, maka akan memberikan dampak positif bagi perusahaan tersebut. Menurut Tjiptono dan Chandra (2012:74) kualitas mencerminkan semua dimensi penawaran produk yang menghasilkan manfaat (*benefits*) bagi pelanggan. Istilah nilai (*value*) seringkali digunakan untuk mengacu pada kualitas relatif suatu produk dikaitkan dengan harga produk bersangkutan. Pada umumnya pelayanan dengan kualitas tinggi yang diberikan kepada konsumen sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan, jika pelanggan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan maka pelanggan akan memiliki niat untuk pembelian secara berlanjut. Adapun beberapa variabel yang termasuk didalamnya adalah : bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati.

Kepuasan pelanggan adalah kunci sukses dari suatu perusahaan, oleh karena itu kepuasan pelanggan adalah hal yang paling penting. Menurut Mowen dalam Tjiptono (2014:354) merumuskan kepuasan pelanggan sebagai sikap keseluruhan terhadap suatu barang atau jasa setelah perolehan (*acquisition*) dan pemakaiannya. Jadi kepuasan pelanggan bisa dirumuskan sebagai evaluasi purnabeli, di mana persepsi terhadap kinerja alternatif produk atau jasa yang dipilih memenuhi atau melebihi harapan sebelum pembelian. Apabila persepsi terhadap kinerja tidak bisa memenuhi harapan, maka yang terjadi adalah ketidakpuasan.

PT. Kereta Api Indonesia (Persero) merupakan perusahaan BUMN (Badan Usaha Milik Negara) yang mengelola sarana dan prasarana transportasi kereta api di Indonesia. PT Kereta Api Indonesia Persero memberikan perhatian khusus kepada kegiatan pelayanan dalam hal memenuhi kebutuhan pelanggan agar dalam pelaksanaannya dapat memuaskan pelanggan pengguna kereta api. Dewasa ini PT kereta Api Indonesia Persero Daerah Operasi 8 Surabaya telah melakukan banyak perubahan dalam kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, sehingga dapat mengakibatkan kenaikan volume pendapatan maupun volume penumpang. Kenaikan tersebut ternyata masih belum dapat mencapai target tahunan perusahaan yang diharapkan. Salah satu penyebabnya yaitu di karenakan tingkat kepuasan pelanggan yang masih kurang. Perusahaan dituntut untuk bekerja keras dalam hal meningkatkan kualitas pelayanan untuk lebih meningkatkan kepuasan kepada para pelanggan.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan maka rumusan masalah pada penelitian ini sebagai berikut: 1) Apakah bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Kereta Api Indonesia Persero Daop 8 Surabaya?. 2) Apakah kehandalan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Kereta Api Indonesia Persero Daop 8 Surabaya?. 3) Apakah daya tanggap berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Kereta Api Indoneisa Daop 8 Surabaya?. 4) Apakah jaminan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Kereta Api

Indonesia Persero Daop 8 Surabaya?. 5) Apakah empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Kereta Api Indonesia Persero Daop 8 Surabaya?. Sedangkan tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini sebagai berikut: 1) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh bukti fisik terhadap kepuasan pelanggan pada PT Kereta Api Indonesia Persero Daop 8 Surabaya. 2) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kehandalan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Kereta Api Indonesia Persero Daop 8 Surabaya. 3) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh daya tanggap terhadap kepuasan pelanggan pada PT Kereta Api Indonesia Persero Daop 8 Surabaya. 4) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh jaminan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Kereta Api Indonesia Persero Daop 8 Surabaya. 5) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh empati terhadap kepuasan pelanggan pada PT Kereta Api Indonesia Persero Daop 8 Surabaya.

TINJAUAN TEORITIS

Pemasaran dan Jasa

Pemasaran adalah salah satu kegiatan pokok yang perlu dilakukan oleh perusahaan baik itu perusahaan barang atau jasa, dalam upaya untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya, hal tersebut disebabkan karena pemasaran merupakan salah satu kegiatan perusahaan, di mana secara langsung berhubungan dalam kaitannya dengan pasar. Menurut Kotler dan Armstrong (2012:146) pemasaran adalah penganalisaan, pelaksanaan dan pengawasan, program-program yang bertujuan untuk mengadakan pertukaran dengan pasar yang ditujukan dengan maksud untuk mencapai tujuan organisasi, hal ini sangat tergantung pada penawaran organisasi dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar tersebut serta menentukan harga, mengadakan komunikasi dan distribusi yang efektif untuk memberitahu, mendorong serta melayani pasar.

Jasa bukan suatu barang, melainkan suatu proses atau aktivitas yang tidak berwujud. Semakin banyak jasa yang ditawarkan oleh suatu perusahaan maka akan semakin besar pula usaha dari suatu perusahaan untuk meningkatkan kualitas jasanya. Menurut Tjiptono (2014: 28), jasa adalah suatu perbuatan, tindakan, pengalaman, proses, kinerja (*performance*), atau usaha. Oleh sebab itu, jasa tidak dapat dilihat, dirasa, dicium, didengar, atau diraba sebelum dibeli dan dikonsumsi.

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan secara umum berdasarkan beberapa terori diatas adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan pelanggan. Menurut Parasuraman dalam Tjiptono (2014:282) ada 5 dimensi kualitas pelayanan, antara lain adalah: bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati.

Bukti Fisik

Bukti fisik adalah Meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi. Menurut Tjiptono dan Chandra (2016:162), adapun atributnya yaitu antara lain : (1) Peralatan modern, (2) Fasilitas yang berdaya tarik visual, (3) Karyawan yang berpenampilan rapi dan profesional, (4) Materi materi berkaitan dengan jasa yang berdaya tarik visual.

Kehandalan

Kehandalan adalah kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Menurut Tjiptono dan Chandra (2016:162), adapun atributnya yaitu antara lain: (1) Menyediakan jasa sesuai yang dijanjikan, (2) Dapat diandalkan dalam menangani masalah jasa pelanggan, (3) Menyampaikan jasa secara benar semenjak pertama kali, (4) Menyampaikan jasa sesuai dengan waktu yang dijanjikan, (5) Menyimpan catatan atau dokumen tanpa kesalahan.

Daya Tanggap

Daya tanggap adalah keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap. Menurut Tjiptono dan Chandra (2016:162) adapun atributnya yaitu antara lain : (1) Menginformasikan pelanggan tentang kepastian waktu penyampaian jasa, (2) Layanan yang segera atau cepat bagi pelanggan, (3) Kesiapan untuk membantu pelanggan, (4) Kesiapan untuk merespon permintaan pelanggan.

Jaminan

Jaminan adalah mencakup, pengetahuan, kompetensi, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan, bebas dari bahaya, risiko, atau keraguan. Menurut Tjiptono dan Chandra (2016:162) adapun atributnya yaitu antara lain (1) Karyawan yang menumbuhkan rasa percaya para pelanggan, (2) Membuat pelanggan merasa aman sewaktu melakukan transaksi, (3) Karyawan yang secara konsisten bersikap sopan, (4) Karyawan yang mampu menjawab pertanyaan pelanggan.

Empati

Empati adalah kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan. Menurut Tjiptono dan Chandra (2016:162) adapun atributnya yaitu antara lain : (1) Memberikan perhatian individual kepada pelanggan, (2) Karyawan yang memperlakukan pelanggan secara penuh perhatian, (3) Sungguh sungguh mengutamakan kepentingan pelanggan, (4) Karyawan yang memahami kebutuhan pelanggan, (5) Waktu beroperasi (jam kantor) yang nyaman.

Kepuasan Pelanggan

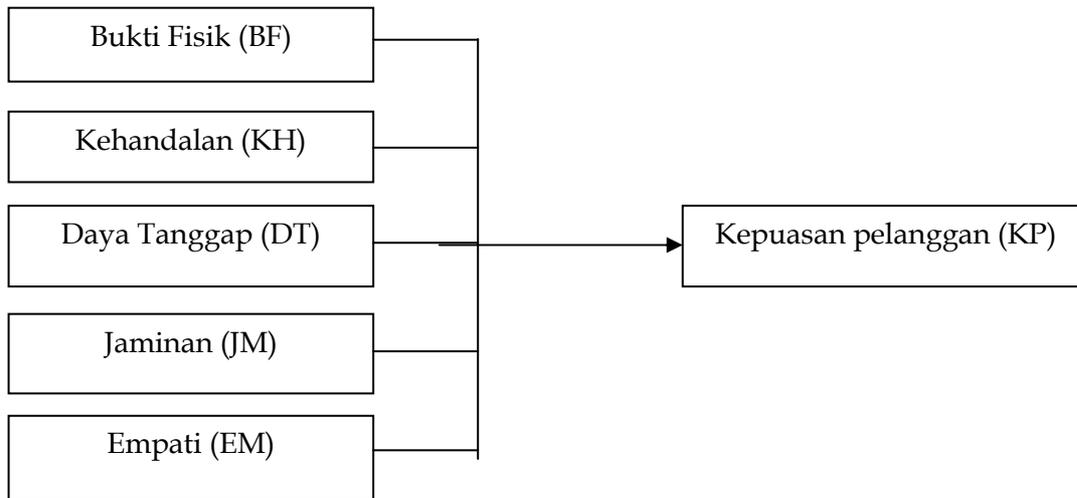
Kepuasan pelanggan adalah kunci sukses dari suatu perusahaan dan merupakan salah satu tujuan esensial bagi aktifitas bisnis oleh karena itu kepuasan pelanggan adalah hal yang paling penting. Menurut Howard dan Sheth (2014) dalam Tjiptono (2014:353) mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan adalah situasi kognitif pembeli berkenaan dengan kesepadanan atau ketidaksepadanan antara hasil yang didapatkan dibandingkan dengan pengorbanan yang dilakukan. Namun menurut Swan (2014) dalam Tjiptono (2014:353) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai evaluasi secara sadar atau penilaian kognitif menyangkut apakah kinerja produk relatif bagus atau jelek atau apakah produk bersangkutan cocok atau tidak cocok dengan tujuan atau pemakaiannya. Menurut Tjiptono dan Chandra (2012:57), manfaat- manfaat spesifik kepuasan pelanggan bagi perusahaan mencakup: dampak positif pada loyalitas pelanggan; berpotensi menjadi pendapatan masa depan; menekan biaya transaksi pelanggan dimasa depan; menekan volatilitas dan resiko berkenaan dengan prediksi aliran kas masa depan; meningkatnya toleransi harga; rekomendasi gethok tular positif; pelanggan cenderung lebih reseptif terhadap *product-line extensions*, dan *new add-on services* yang ditawarkan perusahaan; serta meningkatnya *bargaining power* relatif perusahaan terhadap jejaring pemasok, mitra bisnis, dan saluran distribusi. Kotler dan Armstrong (2012: 150) mengemukakan bahwa terdapat beberapa indikator yang dapat mengukur kepuasan pelanggan, indikator tersebut antara lain : (1) Tetaployal, (2) Membeli produk baru yang ditawarkan, (3) Merekomendasikan produk, (4) Bersedia membayar lebih, (5) Memberi masukan.

Kerangka Pemikiran

Kerangka berpikir dalam penelitian ini sebagai berikut :

Variabel Bebas (independen)

Variabel Terikat (Dependen)



Gambar 1
Rerangka Pemikiran

Hipotesis

- H1 : Bukti fisik (BF) mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Kereta Api Indonesia Persero Daop 8 Surabaya
- H2 : Keandalan (KH) mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Kereta Api Indonesia Persero Daop 8 Surabaya
- H3 : Daya tanggap (DT) mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Kereta Api Indonesia Persero Daop 8 Surabaya
- H4 : Jaminan (JM) mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Kereta Api Indonesia Persero Daop 8 Surabaya
- H5 : Empati (EM) mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Kereta Api Indonesia Persero Daop 8 Surabaya

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian dan Gambaran dari Populasi Penelitian

Jenis penelitian menggunakan kuantitatif dengan metode kausal komparatif (*Causal Comparative Research*) yaitu jenis penelitian dengan karakteristik masalah berupa hubungan sebab - akibat antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2014 : 135). Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya, (Sugiyono, 2014:119). Didalam penelitian ini populasinya adalah para pengguna jasa PT Kereta Api Indonesia Persero Daop 8 Surabaya yang bersifat infinite atau tidak diketahui jumlah pastinya.

Teknik Pengambilan Sampel

Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *non probability sampling*, di mana tidak semua individu dalam populasi diberi kesempatan yang sama untuk ditugaskan menjadi anggota sampel. Selain itu , juga ditentukan berdasarkan *Accidental Sampling*. Menurut Sugiyono (2014:77), *sampling* aksidental adalah penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel apabila dipandang konsumen yang kebetulan

ditemui itu cocok sebagai sumber data. Pada penelitian ini, jumlah anggota sampel sebanyak 100 responden.

Teknik Pengumpulan Data

Instrumen penelitian yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini melalui kuesioner yang ditujukan kepada responden yaitu para pengguna kereta api di Daop 8 Surabaya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2014:142). Untuk menghindari jawaban bias karena responden cenderung memilih alternatif yang ada ditengah, maka hanya digunakan 4 pilihan jawaban responden dengan menghilangkan pilihan "netral" dalam kuesioner: Skor jawaban yang diberikan kepada responden memiliki bobot sebagai berikut : Sangat setuju (SS) diberi skor 4, Setuju (S) diberi skor 3, Tidak setuju (TS) diberi skor 2, dan Sangat tidak setuju (STS) diberi skor 1.

Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Sugiyono (2014: 61) variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan. Variabel- variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: Variabel bebas (independen) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang dianggap menentukan variabel terikat. Variabel independen dalam penelitian ini adalah bukti fisik (BF), kehandalan (KH), daya tanggap (DT), jaminan (JM), dan empati (EM). Variabel terikat (dependen) adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain. Variabel terikat merupakan variabel yang nilainya dipengaruhi variabel bebas, dalam penelitian ini variabel terikatnya yaitu kepuasan pelanggan (KP).

Bukti fisik (BF) adalah Meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi, (Parasuraman dalam Tjiptono, 2014:282). Indikatornya yaitu : 1) Peralatan modern, 2) Fasilitas yang berdaya tarik visual, 3) Karyawan yang berpenampilan rapi dan professional, 4) Materi materi berkaitan dengan jasa yang berdaya tarik visual.

Kehandalan (KH) adalah kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan, (Parasuraman dalam Tjiptono, 2014:282). Indikatornya yaitu: 1) Menyediakan jasa sesuai yang dijanjikan, 2) Dapat diandalkan dalam menangani masalah jasa pelanggan, 3) Menyampaikan jasa secara benar semenjak pertama kali, 4) Menyampaikan jasa sesuai dengan waktu yang dijanjikan, 5) Menyimpan catatan atau dokumen tanpa kesalahan.

Daya tanggap (DT) adalah keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap, (Parasuraman dalam Tjiptono, 2014:282). Indikatornya yaitu: 1) Menginformasikan pelanggan tentang kepastian waktu penyampaian jasa, 2) Layanan yang segera atau cepat bagi pelanggan, 3) Kesiediaan untuk membantu pelanggan, 4) Kesiapan untuk merespon permintaan pelanggan.

Jaminan (JM) adalah mencakup, pengetahuan, kompetensi, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan, bebas dari bahaya, risiko, atau keraguan, (Parasuraman dalam Tjiptono, 2014:282). Indikatornya yaitu: 1) Karyawan yang menumbuhkan rasa percaya para pelanggan, 2) Membuat pelanggan merasa aman sewaktu melakukan transaksi, 3) Karyawan yang secara konsisten bersikap sopan, 4) Karyawan yang mampu menjawab pertanyaan pelanggan.

Empati (EM) adalah kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan, (Parasuraman dalam Tjiptono, 2014:282). Indikatornya yaitu: 1) Memberikan perhatian individual kepada pelanggan, 2) Karyawan yang memperlakukan pelanggan secara penuh

perhatian, 3) Sungguh sungguh mengutamakan kepentingan pelanggan, 4) Karyawan yang memahami kebutuhan pelanggan, 5) Waktu beroperasi (jam kantor) yang nyaman.

Kepuasan pelanggan (KP) menurut Howard dan Sheth dalam Tjiptono (2014:353) mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan adalah situasi kognitif pembeli berkenaan dengan kesepadanan atau ketidaksepadanan antara hasil yang didapatkan dibandingkan dengan pengorbanan yang dilakukan. Indikatornya yaitu: 1) Tetap loyal, 2) Membeli produk baru yang ditawarkan, 3) Merekomendasikan produk, 4) Bersedia membayar lebih, dan 5) Memberi masukan.

Teknik Analisis Data

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Uji validitas dilakukan atas item-item pertanyaan pada kuesioner yaitu dengan cara menghitung koefisien korelasi dari tiap-tiap pertanyaan dengan skor total yang diperoleh kemudian dibandingkan dengan angka kritis r produk moment. Bila koefisien korelasinya lebih besar dari pada nilai kritis maka suatu pertanyaan dianggap valid, (Ghozali, 2013:136). Adapun kriteria penilaian uji validitas, yaitu: (1) apabila r hitung $>$ r table, maka item kuesioner tersebut valid. (2) apabila r hitung $<$ r table, maka dapat dikatakan item kuesioner tidak valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban yang diperoleh dari pertanyaannya adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Untuk mengukur reliabilitas dengan melihat cronbach suatu konstruk atau variabel dapat dikatakan reliabel jika memberikan nilai cronbach alpha masing masing variabel lebih dari 60% atau 0,6 maka penelitian ini dikatakan reliabel, (Ghozali, 2013:42).

Analisis Regresi Linier Berganda

Model penelitian yang digunakan ini adalah regresi linier berganda, model regresi linier berganda digunakan untuk menjelaskan hubungan asosiatif dari variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat dengan membuat persamaan garis linier berganda, dengan rumus sebagai berikut: $KP = \alpha + \beta_1 BF + \beta_2 KH + \beta_3 DT + \beta_4 JM + \beta_5 EM + e_i$, dimana KP = Kepuasan Pelanggan, α = Konstanta, $\beta_{1,2,3,4,5}$ = Koefisien Regresi Variabel Bebas, BF = Bukti Fisik, KH = Keandalan, DT = Daya Tanggap, JM = Jaminan, EM = Empati, e_i = Kesalahan pengganggu.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat, variabel bebas atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau penyebaran data statistik pada sumbu diagonal dari grafik distribusi normal, (Ghozali, 2011:105). Dasar pengambilan keputusan untuk uji normalitas data adalah: (1) Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan distribusi normal, (2) Jika data menyebar jauh dari diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan distribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel independen atau variabel bebas. Jika terjadi korelasi antara independen pedoman suatu model regresi yang bebas multikolinearitas adalah: nilai tolerance $< 0,10$ atau sama dengan nilai VIF > 10 maka mengindikasikan adanya multikolinearitas, (Ghozali, 2011:105).

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas menguji apakah sebuah variabel regresi terjadi ketidaksamaan *varians* dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik tidak terjadi heteroskedastitas, (Ghozali, 2011:105). Deteksi adanya heteroskedastitas dapat dilakukan dengan melihat grafik scatterplot dasar pengambilan keputusan adalah: (1) Jika ada pola tertentu, seperti titik yang ada membentuk pola tertentu teratur (bergelombang, melebur kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas. (2) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Kelayakan Model

Uji F

Uji kelayakan model yang menunjukkan apakah model regresi *fit* untuk diolah lebih lanjut. Uji kelayakan model pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat, (Kuncoro, 2010:98). Pengujian dilakukan dengan menggunakan signifikan level 0,05 ($\alpha=5\%$). Ketentuan penerimaan atau penolakan adalah sebagai berikut (1) Jika nilai signifikansi F $> 0,05$ maka model penelitian dapat dikatakan tidak layak digunakan untuk analisis selanjutnya. (2) Jika nilai signifikansi F $\leq 0,05$ maka model penelitian dapat dikatakan layak digunakan untuk analisis selanjutnya.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) pada intinya bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen, (Ghozali, 2013:97). Nilai koefisien determinasi adalah diantara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel-variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Uji Hipotesis

Uji T

Pengujian hipotesis dengan menggunakan Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen dalam menerangkan variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan *significance level* 0,05 ($\alpha = 5\%$). Menurut Ghozali (2011: 97), penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria adalah: (1) Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka hipotesis ditolak (koefisien tidak signifikan) maka variabel independen tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. (2) Jika nilai signifikan $\leq 0,05$ maka hipotesis diterima (Koefisien signifikan) maka variabel independen mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Tabel 1
Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	Corrected Item- total Correlation (R _{Hitung})	r _{tabel}	Ket
Bukti Fisik (BF)	BF _{1.1}	0,630	0,195	Valid
	BF _{1.2}	0,712	0,195	Valid
	BF _{1.3}	0,756	0,195	Valid
	BF _{1.4}	0,771	0,195	Valid
Kehandalan (KH)	KH _{2.1}	0,675	0,195	Valid
	KH _{2.2}	0,766	0,195	Valid
	KH _{2.3}	0,875	0,195	Valid
	KH _{2.4}	0,802	0,195	Valid
	KH _{2.5}	0,808	0,195	Valid
Daya Tanggap (DT)	DT _{3.1}	0,780	0,195	Valid
	DT _{3.2}	0,899	0,195	Valid
	DT _{3.3}	0,882	0,195	Valid
	DT _{3.4}	0,793	0,195	Valid
Jaminan (JM)	JM _{4.1}	0,801	0,195	Valid
	JM _{4.2}	0,798	0,195	Valid
	JM _{4.3}	0,782	0,195	Valid
	JM _{4.4}	0,841	0,195	Valid
Empati (EM)	EM _{5.1}	0,762	0,195	Valid
	EM _{5.2}	0,802	0,195	Valid
	EM _{5.3}	0,886	0,195	Valid
	EM _{5.4}	0,795	0,195	Valid
	EM _{5.5}	0,840	0,195	Valid
Kepuasan Pelanggan (KP)	Kp _{1.1}	0,785	0,195	Valid
	Kp _{1.2}	0,766	0,195	Valid
	Kp _{1.3}	0,777	0,195	Valid
	Kp _{1.4}	0,641	0,195	Valid
	Kp _{1.5}	0,648	0,195	Valid

Sumber: Data Primer diolah, 2017

Berdasarkan hasil output SPSS menunjukkan hasil pengujian uji validitas bahwa keseluruhan indikator variabel bukti fisik (BF), kehandalan (KH), daya tanggap (DT), jaminan (JM), empati (EM) dan kepuasan pelanggan (KP) yang berjumlah 27 item mempunyai nilai r hitung > r tabel sehingga dapat dikatakan bahwa keseluruhan indikator variabel valid untuk digunakan sebagai instrumen dalam penelitian atau pernyataan - pernyataan yang diajukan dapat digunakan untuk mengukur variabel yang diteliti.

Uji Reliabilitas

Tabel 2
Hasil Uji Reliabilitas

Keterangan	Cronbach Alpha	N of Items
Bukti Fisik	0.679	4
Kehandalan	0.845	5
Daya Tanggap	0.854	4
Jaminan	0.818	4
Empati	0.875	5
Kepuasan Pelanggan	0.755	5

Sumber: Data Primer diolah, 2017

Berdasarkan hasil output SPSS menunjukkan hasil pengujian uji reliabilitas variabel bukti fisik (BF), kehandalan (KH), daya tanggap (DT), jaminan (JM), empati (EM) dan kepuasan pelanggan (KP) menunjukkan nilai *cronbach alpha* > 0,60 dari nilai *cronbach alpha* yang disyaratkan yaitu 0,60. Berarti butir - butir pernyataan dari seluruh indikator variabel seluruhnya dapat dinyatakan reliabel dan dapat digunakan dalam penelitian.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 3
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.731	.308		2.337	.019
	BF	.116	.110	.108	1.059	.292
	KH	.354	.113	.360	3.042	.003
	DT	-.081	.113	-.090	-.720	.473
	JM	.119	.140	.115	.848	.398
	EM	.289	.116	.296	2.494	.014

a. Dependent Variable: KP

Sumber: Data Primer diolah, 2017

$$KP = 0.731 + 0.116 BF + 0.354 KH - 0.081 DT + 0.119 JM + 0.289 EM$$

Berdasarkan pada model persamaan regresi, dapat diinterpretasikan, yaitu sebagai berikut :

Besarnya nilai konstanta adalah 0.731 menunjukkan bahwa jika variabel bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati = 0 atau konstan, maka variabel kepuasan pelanggan sebesar 0.731.

Besarnya nilai koefisien regresi bukti fisik sebesar 0.116, nilai koefisien regresi ini bersifat positif yang menunjukkan adanya hubungan yang searah antara variabel bukti fisik dengan kepuasan pelanggan. Jika bukti fisik naik satu satuan akan mendorong kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,116.

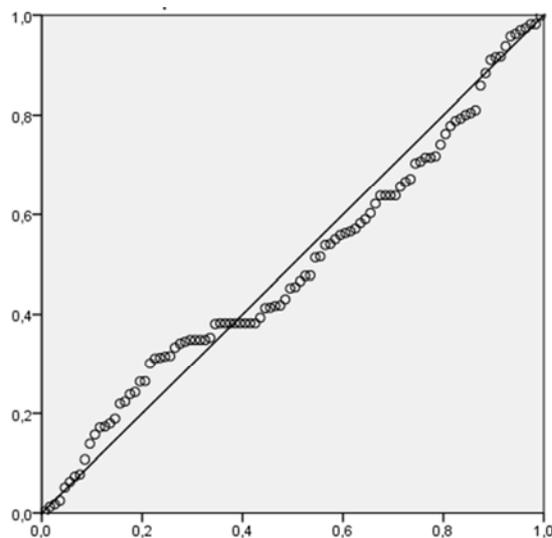
Besarnya nilai koefisien regresi kehandalan sebesar 0.354, nilai koefisien regresi ini bersifat positif yang menunjukkan adanya hubungan yang searah antara variabel kehandalan dengan kepuasan pelanggan. Jika kehandalan naik satu satuan akan mendorong kepuasan pelanggan meningkat sebesar 0.354 satuan.

Besarnya nilai koefisien regresi jaminan sebesar -0.081 , nilai koefisien regresi ini bersifat negatif yang menunjukkan adanya hubungan yang berlawanan arah antara variabel daya tanggap dengan kepuasan pelanggan. Jika daya tanggap naik satu satuan akan menurunkan kepuasan pelanggan sebesar -0.081 satuan.

Besarnya nilai koefisien regresi jaminan sebesar 0.119 , nilai koefisien regresi ini bersifat positif yang menunjukkan adanya hubungan yang searah antara variabel jaminan dengan kepuasan pelanggan. Jika jaminan naik satu satuan akan mendorong kepuasan pelanggan meningkat sebesar 0.119 satuan.

Besarnya nilai koefisien regresi jaminan sebesar 0.289 , nilai koefisien regresi ini bersifat positif yang menunjukkan adanya hubungan yang searah antara variabel empati dengan kepuasan pelanggan. Jika empati naik satu satuan akan mendorong kepuasan pelanggan meningkat sebesar 0.289 satuan.

Uji Asumsi Klasik Uji Normalitas



Sumber: Data Primer diolah, 2017

Gambar 2
Grafik Pengujian Normalitas Data

Menurut Ghozali (2011: 105) Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Dari grafik diatas dapat diketahui bahwa distribusi data telah mengikuti garis diagonal antara 0 (nol) dengan pertemuan sumbu Y (*Expected Cum. Prob.*) dengan sumbu X (*Observed Cum Prob.*). Hal ini menunjukkan bahwa data dalam penelitian ini telah berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 4
Hasil Uji Multikolinearitas

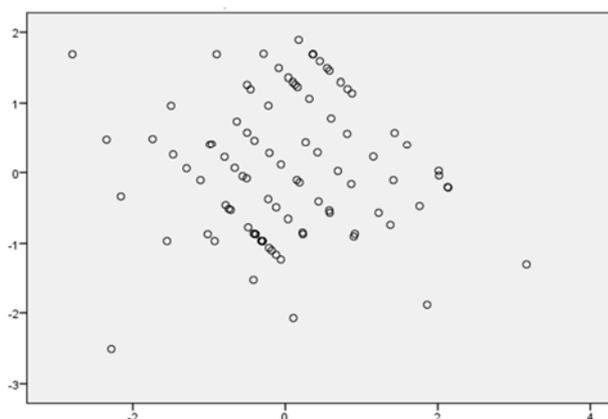
Model		Coefficients ^a		Keterangan
		Collinearity Statistics Tolerance	VIF	
1	(Constant)			
	BF	.541	1.848	Bebas Multikolinearitas
	KH	.402	2.487	Bebas Multikolinearitas
	DT	.360	2.780	Bebas Multikolinearitas
	JM	.309	3.238	Bebas Multikolinearitas
	EM	.399	2.505	Bebas Multikolinearitas

a. Dependent Variable: KP

Sumber: Data Primer diolah, 2017.

Dapat diketahui bahwa besarnya nilai *Variance Influence Factor* (VIF) pada seluruh variabel baik bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati lebih kecil dari 10, dan sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan maka hal ini berarti model yang digunakan dalam penelitian tidak ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas atau bisa disebut juga dengan bebas dari Multikolinieritas, sehingga variabel tersebut dapat digunakan dalam penelitian.

Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data Primer diolah, 2017

Gambar 3
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Terlihat titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas, serta tersebar di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gangguan heteroskedastisitas pada model regresi. Hal ini menunjukkan bahwa hasil estimasi regresi linier berganda layak digunakan untuk interpretasi dan analisa lebih lanjut.

Uji Kelayakan Model (Goodness Of Fit)
Uji F

Tabel 5
Hasil Uji Kelayakan Model

ANOVA^b						
<i>Model</i>		<i>Sum of Squares</i>	<i>df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
1	<i>Regression</i>	8.752	5	1.750	16.684	.000 ^a
	<i>Residual</i>	9.862	94	.105		
	<i>Total</i>	18.614	99			

a. *Predictors: (Constant), EM, JM, BF, DT, KH*

b. *Dependent Variable: KP*

Sumber: Data Primer diolah, 2017

Tingkat signifikan Uji Kelayakan Model = 0,000 < 0.05 (*level of signifikan*), yang menunjukkan pengaruh variabel bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati dapat dikatakan model layak digunakan dalam penelitian lebih lanjut.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 6
Hasil Uji Koefisien Determinasi Berganda (R²)

Model Summary^b				
<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted Square</i>	<i>R Std. Error of the Estimate</i>
1	.686 ^a	.470	.442	.32391

a. *Predictors: (Constant), EM, JM, BF, DT, KH*

b. *Dependent Variable: KP*

Sumber: Data Primer diolah, 2017

Diketahui R square (R²) sebesar 0,470 atau 47,0% yang menunjukkan kontribusi dari variabel bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati terhadap kepuasan pelanggan PT Kereta Api Indonesia Persero Daop 8 Surabaya. Sedangkan sisanya 53,0% dikontribusi oleh faktor lain diluar model penelitian. Koefisien korelasi berganda ditunjukkan dengan (R) sebesar 0,686 atau 68,6% yang mengindikasikan bahwa korelasi atau hubungan antara variabel bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati terhadap kepuasan pelanggan PT Kereta Api Indonesia Persero Daop 8 Surabaya memiliki hubungan yang cukup erat.

Uji Hipotesis
Uji T

Tabel 7
Pengujian Hipotesis

Keterangan	Sig. Value	Sig.Tolerance	Kesimpulan
Bukti Fisik	.292	0,05	Tidak Signifikan
Kehandalan	.003	0,05	Signifikan
Daya Tanggap	.473	0,05	Tidak Signifikan
Jaminan	.398	0,05	Tidak Signifikan
Empati	.014	0,05	Signifikan

Sumber: Data Primer diolah, 2017

Berdasarkan tabel diatas, dapat dijelaskan bagaimana pengaruh variabel bebas (bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati) terhadap variabel terikat (kepuasan pelanggan) PT Kereta Api Indonesia Persero Daop 8 Surabaya sebagai berikut:

Besarnya nilai signifikansi variabel bukti fisik adalah 0.292 atau $> 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa H_1 ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel bukti fisik berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Besarnya nilai signifikansi variabel kehandalan adalah 0.003 atau $\leq 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa H_2 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kehandalan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Besarnya nilai signifikansi variabel daya tanggap adalah 0.473 atau $> 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa H_3 ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel daya tanggap berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Besarnya nilai signifikansi variabel daya tanggap adalah 0.398 atau $> 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa H_4 ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel jaminan berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Besarnya nilai signifikansi variabel empati adalah 0.014 atau $\leq 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa H_5 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

PEMBAHASAN

Pengaruh Bukti Fisik Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa bukti fisik berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PT Kereta Api Indonesia Persero Daop 8 Surabaya. Hal ini berarti peningkatan bukti fisik yang dihasilkan oleh PT Kereta Api Indonesia Persero Daop 8 Surabaya tidak mempengaruhi seberapa besar hasil kepuasan pelanggan. Bukti fisik merupakan fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi yang diberikan oleh PT Kereta Api Indonesia Persero Daop 8 Surabaya seperti tersedianya fasilitas yang canggih, penampilan karyawan yang rapi, interior yang menarik dan kebersihan fasilitas untuk pelanggan serta kenyamanan di mana pelanggan akan menggunakan indera penglihatan untuk menilai suatu kualitas pelayanan. Bukti fisik sangat penting karena dengan melihat langsung wujud barang yang akan di konsumsi pelanggan bisa mempunyai gambaran dan fungsi barang tersebut. Namun penelitian ini, berbanding terbalik dengan yang diberikan oleh PT Kereta Api Indonesia Persero Daop 8 Surabaya di mana perusahaan belum bisa memberikan fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi baik sehingga perusahaan perlu peningkatan lagi agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini, sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Wahab dan Widiyanti (2014) bahwa hasil penelitian menunjukkan variabel bukti fisik berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Namun hasil penelitian ini, tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Utami dan Jatra (2015) bahwa hasil penelitian menunjukkan variabel bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Kehandalan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kehandalan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PT Kereta Api Indonesia Persero Daop 8 Surabaya. Hal ini berarti peningkatan kehandalan yang dihasilkan oleh PT Kereta Api Indonesia Persero Daop 8 Surabaya mempengaruhi seberapa besar hasil kepuasan pelanggan. Kehandalan merupakan kemampuan memberikan pelayanan yang di janjikan dengan segera, akurat dan memuaskan yang diberikan oleh PT Kereta Api Indonesia Persero Daop 8 Surabaya seperti kesesuaian harga tiket dengan pelayanan, kemudahan dalam pemesanan tiket, informasi yang jelas, kesesuaian waktu keberangkatan dan keakuratan pencatatan nomor tempat duduk. PT Kereta Api Indonesia Persero Daop 8 Surabaya dalam penelitian ini telah dapat

menerapkan variabel kehandalan sehingga pelanggan merasa puas. Jadi Semakin baik penilaian pelanggan terhadap kehandalan perusahaan maka kepuasan pelanggan juga akan semakin tinggi. Hasil penelitian ini, sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Utami dan Jatra (2015) bahwa hasil penelitian menunjukkan variabel kehandalan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Namun hasil penelitian ini, tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Arief (2017) bahwa hasil penelitian menunjukkan variabel kehandalan berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Daya Tanggap Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya tanggap berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PT Kereta Api Indonesia Persero Daop 8 Surabaya. Hal ini berarti peningkatan kehandalan yang dihasilkan oleh PT Kereta Api Indonesia Persero Daop 8 Surabaya tidak mempengaruhi seberapa besar hasil kepuasan pelanggan. Daya tanggap merupakan keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap dan cepat yang diberikan oleh PT Kereta Api Indonesia Persero Daop 8 Surabaya seperti petugas siaran yang secara berulang menginformasikan kepastian keberangkatan, kecepatan petugas dalam pelayanan, kesediaan petugas untuk membantu pelanggan, dan kesiapan petugas *customer service* dalam merespon pelanggan. Namun penelitian ini, berbanding terbalik dengan yang diberikan oleh PT Kereta Api Indonesia Persero Daop 8 Surabaya dimana perusahaan belum bisa memberikan pelayanan dengan tanggap dan cepat sehingga perusahaan perlu peningkatan lagi agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini, sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Wulandari dan Masdupi (2014) bahwa hasil penelitian menunjukkan variabel daya tanggap berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Namun hasil penelitian ini, tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Utami dan Jatra (2015) bahwa hasil penelitian menunjukkan variabel daya tanggap berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Jaminan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa jaminan berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PT Kereta Api Indonesia Persero Daop 8 Surabaya. Hal ini berarti peningkatan jaminan yang dihasilkan oleh PT Kereta Api Indonesia Persero Daop 8 Surabaya tidak mempengaruhi seberapa besar hasil kepuasan pelanggan. Jaminan merupakan pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya atau keragu-raguan yang diberikan oleh PT Kereta Api Indonesia Persero Daop 8 Surabaya seperti kredibilitas dan reputasi perusahaan yang dinilai baik, keamanan dan keselamatan yang terjamin, keramahan dan kesopanan petugas, dan kemampuan petugas dalam penyelesaian keluhan pelanggan. Namun penelitian ini, berbanding terbalik dengan yang diberikan oleh PT Kereta Api Indonesia Persero Daop 8 Surabaya dimana perusahaan belum bisa memberikan pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya atau keragu-raguan sehingga perusahaan perlu peningkatan lagi agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini, sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Arief (2017) bahwa hasil penelitian menunjukkan variabel jaminan berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Namun hasil penelitian ini, tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Utami dan Jatra (2015) bahwa hasil penelitian menunjukkan variabel jaminan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Empati Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PT Kereta Api Indonesia Persero Daop 8 Surabaya. Hal ini berarti peningkatan empati yang dihasilkan oleh PT Kereta Api Indonesia Persero Daop 8 Surabaya mempengaruhi seberapa besar hasil kepuasan pelanggan. Empati merupakan kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para pelanggan yang diberikan oleh PT Kereta Api Indonesia Persero Daop 8 Surabaya seperti tersedianya sarana untuk menampung keluhan, petugas dengan penuh perhatian melayani penumpang, petugas dengan sungguh sungguh mengutamakan kepentingan penumpang, petugas mampu memahami kebutuhan penumpang, petugas siap membantu kapanpun saat dibutuhkan. PT Kereta Api Indonesia Persero Daop 8 Surabaya dalam penelitian ini telah dapat menerapkan variabel empati sehingga pelanggan merasa puas. Jadi Semakin baik penilaian pelanggan terhadap empati perusahaan maka kepuasan pelanggan juga akan semakin tinggi. Hasil penelitian ini, sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Arief (2017) bahwa hasil penelitian menunjukkan variabel empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Namun hasil penelitian ini, tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Wulandari dan Masdupi (2015) bahwa hasil penelitian menunjukkan variabel empati berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut : 1) Variabel Bukti Fisik (BF) berpengaruh tidak signifikan dengan arah positif terhadap kepuasan pelanggan, jadi peningkatan bukti fisik dari perusahaan memiliki pengaruh yang tidak berarti terhadap kepuasan pelanggan pada PT Kereta Api Indonesia Persero Daop 8 Surabaya. 2) Variabel Keandalan (KH) berpengaruh signifikan dengan arah positif terhadap kepuasan pelanggan, jadi peningkatan keandalan dari perusahaan memiliki pengaruh yang berarti terhadap kepuasan pelanggan pada PT Kereta Api Indonesia Persero Daop 8 Surabaya. 3) Variabel Data Tanggap (DT) berpengaruh tidak signifikan dengan arah negatif terhadap kepuasan pelanggan, jadi peningkatan daya tanggap dari perusahaan tidak memiliki pengaruh yang berarti terhadap kepuasan pelanggan pada PT Kereta Api Indonesia Persero Daop 8 Surabaya. 4) Variabel Jaminan (JM) berpengaruh tidak signifikan dengan arah positif terhadap kepuasan pelanggan, jadi peningkatan jaminan dari perusahaan memiliki pengaruh yang tidak berarti terhadap kepuasan pelanggan pada PT Kereta Api Indonesia Persero Daop 8 Surabaya. 5) Variabel Empati (EM) berpengaruh signifikan dengan arah positif terhadap kepuasan pelanggan, jadi peningkatan empati dari perusahaan memiliki pengaruh yang berarti terhadap kepuasan pelanggan pada PT Kereta Api Indonesia Persero Daop 8 Surabaya.

Saran

Setelah melakukan penelitian ini, maka saran yang diberikan kepada manajemen PT Kereta Api Indonesia Persero Daop 8 Surabaya maupun penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut:

Manajemen PT Kereta Api Indonesia Persero Daop 8 Surabaya perlu meningkatkan pelayanan pada faktor keandalan karena dalam penelitian ini keandalan mempunyai pengaruh terbesar terhadap kepuasan pelanggan. Untuk meningkatkan keandalan dapat dilakukan dengan cara memberikan harga yang lebih terjangkau sesuai dengan kualitas pelayanan yang diberikan, mempermudah pemesanan tiket dengan cara bekerja sama dengan agen agen atau gerai gerai yang mudah dijangkau masyarakat , menambah tayangan informasi keberangkatan di titik titik yang mudah dilihat penumpang, usaha agar tidak

terjadi keterlambatan keberangkatan, dan juga memperbaiki sistem agar tidak terjadi *double seat*.

Manajemen PT Kereta Api Indonesia Persero Daop 8 Surabaya perlu meningkatkan pelayanan pada faktor Empati karena dalam penelitian ini empati mempunyai pengaruh terbesar kedua terhadap kepuasan pelanggan. Untuk meningkatkan empati dapat dilakukan dengan cara menambah fasilitas dalam penyampaian keluhan, kritik dan saran seperti menambahkan fitur *feedback* setelah pemesanan tiket via online Empati sangat erat hubungannya juga dengan kemampuan petugas dalam melayani pelanggan, maka manajemen perlu meningkatkan ketrampilan petugas dalam melayani pelanggan dengan mengadakan kegiatan pelatihan pelatihan agar petugas lebih baik dalam hal perhatian kepada pelanggan, sungguh sungguh mengutamakan kepentingan pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan serta siap membantu kapanpun saat penumpang membutuhkan bantuan sehingga kepuasan pelanggan dapat meningkat.

Manajemen PT Kereta Api Indonesia Persero Daop 8 Surabaya perlu meningkatkan pelayanan pada faktor Bukti Fisik, hal ini dikarenakan variabel bukti fisik mempunyai pengaruh yang bersifat positif dan walaupun tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Namun dengan adanya penambahan fasilitas, perbaikan interior dan eksterior kereta, perbaikan penampilan petugas, dan peningkatan kebersihan dan kenyamanan kepada pelanggan, maka akan dapat lebih meningkatkan kepuasan terhadap pelanggan.

Manajemen PT Kereta Api Indonesia Persero Daop 8 Surabaya perlu meningkatkan pelayanan pada faktor Jaminan, hal ini dikarenakan variabel Jaminan mempunyai pengaruh yang bersifat positif dan walaupun tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Namun dengan adanya perbaikan reputasi perusahaan, meningkatkan jaminan keamanan, meningkatkan keramahan petugas dan meningkatkan kemampuan petugas, maka akan dapat lebih meningkatkan kepuasan terhadap pelanggan.

Manajemen PT Kereta Api Indonesia Persero Daop 8 Surabaya perlu meningkatkan pelayanan pada faktor Daya Tanggap, meskipun variabel Daya Tanggap mempunyai pengaruh yang bersifat negatif yaitu relatif kecil dan juga tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Namun dengan adanya pemberian informasi keberangkatan yang lebih banyak, peningkatan kecepatan petugas dalam pelayanan di dalam kereta, peningkatan kesediaan petugas dalam membantu penumpang dan peningkatan kesiapan petugas *Customer Services* dalam merespon pelanggan maka akan dapat lebih meningkatkan kepuasan terhadap pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arief, Z. 2017. Pengaruh Kualitas Penyebrangan Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Kapal di Pelabuhan Ujung- Kamal PT. ASDP Indonesia Ferry (Persero) Cabang Surabaya. *Equilibrium*, 5 (2).
- Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- . 2013. *Aplikasi Analisis multivariate dengan program IBM SPSS 21 Update PLS*. Edisi ketujuh. Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Kotler, P dan G. Armstrong. 2012. *Prinsip Prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Kuncoro, M. 2010. *Dasar-dasar Ekonomika Pembangunan*. UPP STIMYKPN. Yogyakarta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R dan D*. Alfabeta. Bandung.
- . 2014. *Metode Penelitian Bisnis*. Edisi Dua Belas. Cetakan ke Tujuh Belas. Alfabeta. Bandung

- Tjiptono, F dan G. Chandra. 2012. *Pemasaran Strategik*. Andi Offset. Yogyakarta.
- _____ dan _____. 2016. *Service, Quality dan Satisfaction*. Edisi empat. Andi Offset. Yogyakarta.
- _____. 2014. *Pemasaran Jasa*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Utami, I.A.I.S dan I.M. Jatra .2015. Pengaruh Kuaitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Baruna Sanur. *ejournal.unud*, 3 (2).
- Wahab, Z. dan M. Widiyanti. 2014. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Penerbangan Garuda Indonesia Airlines (Studi Kasus Konsumen di Kota Palembang). *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Terapan Tahun XI No.1. April 2014*.
- Wulandari, W. dan E. Masdupi.2014. Pengaruh Dimesi Kuaitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Bus P.O Usaha Murni. *ejournal.unp*, 4 (3).