

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Kereta API Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatra Barat Padang Pariaman

Nike Ziana Putri ^{1*}, Nova Begawati ²

¹ Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Ekasakti Padang

² Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Ekasakti Padang

*Corresponding Author: Nike Ziana Putri

✉ nikezianaputri@gmail.com

Artikel Info

Direvisi, 10/03/2025

Diterima, 08/04/2026

Dipublikasi, 14/04/2026

Kata Kunci:

Kualitas Pelayanan,
Kepuasan Konsumen, PT
Kereta API Indonesia

Keywords:

*Service Quality,
Consumer Satisfaction,
PT Kereta API Indonesia*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui indikator yang dominan pada variabel kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen dan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatra Barat Padang Pariaman. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan angket atau kuesioner, yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan kepada konsumen atau penumpang kereta api pada PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatra Barat Padang Pariaman. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif, regresi sederhana dan koefisien determinasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa indikator yang paling dominan dari variabel Kualitas Pelayanan yaitu Jaminan (Assurance) yang mempunyai nilai TCR sebesar 81,6% dan indikator yang paling dominan dari variabel Kepuasan konsumen yaitu Kepuasan konsumen keseluruhan dengan nilai TCR sebesar 80,5%. 2) Hasil pengujian dari uji t, secara parsial Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatra Barat Padang Pariaman. Hal ini diketahui dari hasil uji t dimana t hitung sebesar 9,027 yang lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1,984 atau dapat dilihat dari nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$.

Abstract

This study aims to determine the dominant indicators of service quality and customer satisfaction variables and to determine the effect of Service Quality on Consumer Satisfaction at PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Regional Division II, West Sumatra, Padang Pariaman. Data collection method used in this research is to use a questionnaire or questionnaire, namely data collection techniques carried out by giving a set of questions or statements to consumers or train passengers at PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Regional Division II West Sumatra Padang Pariaman. Data analysis method in this research uses descriptive analysis, simple regression and coefficient of determination. The results of this study indicate that: 1) The results of descriptive analysis show that the most dominant indicator of the variable Service Quality is Assurance which has a TCR value of 81.6% and the most dominant indicator of the variable Customer satisfaction is overall customer satisfaction with a value TCR of 80.5%. 2) The test results from the t test, partially Service Quality has a significant effect on Consumer Satisfaction at PT Kereta Api Indonesia (Persero) Regional Division II West Sumatra Padang

Pariaman. This is known from the results of the t test where t arithmetic of 9.027 which is greater than the value of t table of 1.984 or can be seen from a significant value of 0,000 <0.05.

Pendahuluan

Perusahaan jasa saat ini berkembang dengan sangat cepat. Persaingan yang terjadi saat ini sangat kompetitif dalam bidang perusahaan ini. Pelayanan yang diberikan antara satu penyedia jasa dengan pemberi jasa lainnya sangat bervariasi yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumennya. Salah satu perusahaan jasa yang berkembang dengan sangat cepat saat ini adalah jasa transportasi. Di dalam mencapai tujuan yang berorientasi pada kepuasan konsumen, kinerja perusahaan akan menentukan persepsi konsumen terhadap pelayanan yang diberikan. Kereta api merupakan salah satu fasilitas pelayanan transportasi yang memiliki peran yang sangat strategis dalam upaya mempercepat peningkatan pengurangan kemacetan. Pada dasarnya yang menjadi tujuan utama suatu perusahaan jasa adalah kepuasan konsumen.

Perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja perusahaan dan harapan-harapannya. Sama halnya dengan PT. Kereta Api, yang menjadi tujuan utama adalah kepuasan konsumen, bagaimana konsumen mendapatkan pelayanan yang sesuai dengan harapannya, konsumen yang merasa puas merupakan aset yang sangat berharga karena apabila konsumen puas mereka akan terus melakukan pemakaian terhadap jasa pilihannya dan tak segan-segan merekomendasikan kepada pihak lain, akan tetapi jika konsumen merasa tidak puas, mereka akan memberitahu kepada orang lain tentang pengalaman buruknya.

Konsumen akan merasa puas apabila apa yang dialami dan dirasakannya sesuai atau bahkan melebihi harapannya, sebaliknya konsumen akan merasa tidak puas apabila yang dialami dan dirasakannya tidak sesuai atau lebih rendah dari harapannya (Tjiptono, 2014). Untuk menciptakan kepuasan dari konsumen perusahaan memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikannya.

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Sehingga definisi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen, (Kotler, 2016). Menurut Parasuraman (2012) Kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen.

Perusahaan jasa PT kereta api sebagai salah satu jasa dalam dunia pemasaran dituntut dalam memberikan kualitas optimal atas kinerja yang diberikan kepada pengguna kereta api karena pengguna kereta api akan menggunakan penilaian yang subjektif atau membentuk persepsi langsung terhadap perusahaan atau penyedia jasa yang bersangkutan.

Bisnis Kereta Api Indonesia merupakan (KAI) merupakan persero sebagai penyedia jasa transportasi darat yang mempunyai tingkat kepadatan tinggi di Indonesia, selalu berusaha memberikan keselamatan, ketepatan waktu, pelayanan dan kenyamanan yang terbaik bagi penumpang. Menurut PPI RI. NO.72 (2009), pelayanan minimum untuk sistem udara pada kereta api kelas ekonomi berupa kipas angin atau exhaustfan dan kapasitas penumpang maksimal sebesar 106 penumpang atau 42 penumpang lebih banyak dari kereta api kelas bisnis. Besarnya kapasitas penumpang pada kereta kelas ekonomi mempengaruhi salah satu faktor kenyamanan termasuk pada vehicle atau kereta api yaitu pada sistem udara (*fentylation factor*).

Perkembangan Kereta Api memberikan pelayanan terbaik bagi pengguna kereta api, serta kepuasan pelanggan merupakan kunci terbaik dalam menciptakan loyalitas pelanggan. Banyak manfaat yang diterima oleh perusahaan kereta api dengan tercapainya tingkat kepuasan

pelanggan yang tinggi, selain dapat meningkatkan loyalitas pelanggan tapi juga banyak mencegah terjadinya kemacetan tinggi. Mengurangi sensitivitas pelanggan terhadap harga, keputusan perusahaan melakukan tindakan perbaikan pelayanan yang sistematis merupakan payung yang menentukan dalam menindak lanjuti komplain konsumen.

Di Indonesia, khususnya di daerah Padang kereta api merupakan salah satu angkutan darat yang banyak diminati masyarakat, hal ini dikarenakan biaya yang relatif dan waktu tempuh yang cepat dibandingkan angkutan darat lainnya. Oleh karena itu, diperlukan penjadwalan yang tepat agar dapat mengoptimalkan perjalanan kereta api. Sistem penjadwalan kereta api merupakan masalah yang tidak mudah untuk di pecahkan karena harus memperhatikan banyak aturan dan batasan, salah satunya adalah jalur yang digunakan merupakan jalur tunggal yaitu jalur yang digunakan untuk dua arah yang berbeda. Dimana jadwal berisi tentang waktu kedatangan dan waktu keberangkatan kereta api pada setiap stasiun yang dilewati kereta api tersebut.

Saat ini banyaknya terdapat tempat wisata yang ada di Sumatera Barat khususnya daerah padang pariaman, salah satunya kereta api merupakan alat transportasi yang lebih mudah di jangkau oleh masyarakat untuk berpergian ke tempat wisata yang dikunjungi di Padang Pariaman, selain itu kereta api juga memberikan kemudahan bagi penumpang kereta api dengan harga tiket jauh lebih murah dibandingkan dengan alat transportasi yang lainnya. Kereta api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat Padang Pariaman merupakan kereta api kelas ekonomi yang melayani koridor Padang Pariaman.

Kereta Api ini berada dibawah kendali divisi regional II Sumatera barat, Stasiun pemberhentian pertama setelah kota Padang adalah stasiun Tabing. Cukup banyak juga penumpang yang naik ke kereta api dari stasiun ini, hal ini mungkin dikarenakan posisi dari stasiun tersebut yang sangat berdekatan dengan jalan utama yang menghubungkan antara bandara Minangkabau dengan kota Padang, sehingga akan memudahkan penumpang untuk melanjutkan perjalanan berikutnya dengan kereta api ke daerah lain ataupun sebaliknya turun dari kereta api bisa langsung naik angkot / bis menuju tempat lainnya. Bahkan sebagian besar dari posisi rel Kereta Api sepanjang lintas ini bersebelahan dengan jalan raya.

Untuk menciptakan kepuasan konsumennya PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat harus memperhatikan dan meningkatkan kualitas pelayanannya. Berdasarkan pengamatan yang ada dilapangan, tingkat penumpang atau konsumen yang memakai jasa transportasi PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat mengalami peningkatan tiap tahunnya.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional li Sumatera Barat Padang Pariaman".

Landasan Teori

Kualitas Pelayanan

Menurut Simamora (2015:47) minat adalah Pelayanan adalah setiap kegiatan atau manfaat yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat kepemilikan sesuatu (Kotler, 2016). Pelayanan adalah setiap tindakan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya bersifat intangible (tidak berwujud) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Produksi jasa bisa berhubungan dengan produk fisik maupun tidak (Tjiptono, 2014).

Berdasarkan beberapa definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa pelayanan adalah proses pemberian bantuan yang diberikan oleh seseorang kepada orang lain yang tidak berwujud dan tidak berakibat pada pemilikan sesuatu pada jual beli barang atau jasa sehingga orang tersebut memperoleh sesuatu yang diinginkan.

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Sehingga definisi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaianya dalam mengimbangi harapan konsumen. Kotler (2016). Kualitas adalah apabila beberapa faktor dapat memenuhi harapan konsumen seperti pernyataan tentang kualitas oleh Goetsh dan Davis dalam Tjiptono & Chandra (2016), "Kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan memenuhi atau melebihi harapan".

Menurut beberapa definisi di atas dalam kata lain, kualitas adalah sebuah bentuk pengukuran terhadap suatu nilai layanan yang telah diterima oleh konsumen dan kondisi yang dinamis suatu produk atau jasa dalam memenuhi harapan konsumen.

Menurut Lewis & Booms dalam Tjiptono & Chandra (2016), kualitas layanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu terwujud sesuai harapan konsumen. Sama seperti yang telah diungkapkan oleh Tjiptono (2014), kualitas layanan itu sendiri ditentukan oleh kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sesuai dengan ekspektasi konsumen.

Dari beberapa pendapat, dapat di ambil garis besar bahwa kualitas pelayanan adalah kemampuan suatu perusahaan dalam memenuhi harapan konsumen dengan memberikan pelayanan kepada konsumen pada saat berlangsung dan sesudah transaksi berlangsung.

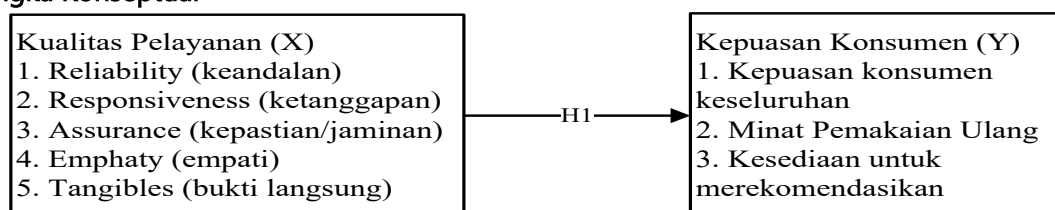
Kepuasan Konsumen

Kepuasan secara ruang lingkup sempit dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan persepsi atau kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya (Kotler, 2016). Konsumen akan merasa puas apabila yang dialami dan dirasakannya sesuai atau bahkan melebihi harapannya, sebaliknya konsumen akan merasa tidak puas apabila yang dialami dan dirasakannya tidak sesuai atau lebih rendah dari harapannya. (Tjiptono, 2014). Kepuasan adalah tanggapan atau perasaan konsumen setelah membandingkan hasil atau kinerja yang konsumen rasakan dengan harapan konsumen.

Menurut Amir (2013) kepuasan konsumen adalah sejauh mana manfaat sebuah produk dirasakan (perceived) sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen. Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen adalah respon terhadap evaluasi ketidaksesuaian atau diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaian (Tse dan Wilson dalam Nasution, 2015). Westbrook & Reilly (dalam Tjiptono, 2014) mengemukakan bahwa kepuasan konsumen merupakan respon emosional terhadap pengalaman yang berkaitan dengan produk atau jasa yang dibeli. Gaspers (dalam Nasution, 2015) mengatakan bahwa kepuasan konsumen sangat bergantung kepada persepsi dan harapan konsumen.

Dari berbagai pendapat di atas dapat disimpulkan definisi kepuasan konsumen yaitu tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk yang dia rasakan dengan harapannya.

Kerangka Konseptual



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Hipotesis

H1. Diduga terdapat pengaruh signifikan variabel Kualitas Pelayanan (X) terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y).

Metode Penelitian

Metode Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2015) metode pengumpulan data merupakan cara-cara untuk memperoleh data dan keterangan-keterangan yang mendukung penelitian. Metode Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara:

1. Riset Lapangan (*field research*), yaitu penelitian dengan mengadakan peninjauan langsung pada lokasi perusahaan dengan maksud memperoleh data dan informasi melalui wawancara, observasi dan kuesioner.
2. Riset Kepustakaan (*library research*), yaitu upaya untuk memperoleh data yang dilakukan oleh penulis melalui buku-buku sebagai landasan teori dalam penelitian.

Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2015) teknik pengumpulan data adalah teknik atau cara yang dilakukan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam rangka mencapai tujuan penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan cara:

a. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan pengumpulan data dengan menggunakan bahan – bahan tertulis seperti dokumen dan bentuk lainnya catatan-catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, agenda dan sebagainya (Sugiyono, 2015). Teknik ini digunakan sebagai pelengkap guna memperoleh data sebagai bahan informasi.

b. Pengamatan (*Observation*)

Pengamatan (*Observation*) adalah kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan pancaindra mata serta dibantu dengan pancaindra lainnya (Sugiyono, 2015).

c. Wawancara

Wawancara adalah sebuah proses memperoleh keterangan untuk tujuan peneliti dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman wawancara (Sugiyono, 2015). Wawancara dilakukan dengan menanyai langsung pihak pihak yang terlibat dalam penelitian ini.

d. Angket (Kuesioner)

Angket atau Kuesioner adalah suatu alat pengumpul informasi dengan cara menyampaikan sejumlah pertanyaan tertulis untuk menjawab secara tertulis pula oleh responden (Sugiyono, 2015). Kuesioner dalam penelitian berupa pernyataan yang diberikan kepada konsumen atau penumpang Kereta Api pada PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatra Barat Padang Pariaman. Kuesioner yang dipakai disini adalah model tertutup karena jawaban telah disediakan dan pengukurannya menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Nazir, 2014).

Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif, yaitu data yang diperoleh dalam bentuk jawaban terhadap pertanyaan yang diberikan. Data kualitatif dalam penelitian ini bersumber dari jawaban kuesioner yang diberikan penulis terhadap kepada konsumen atau penumpang kereta api pada PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatra Barat Padang Pariaman.

Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Data Primer, adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber aslinya. Pengumpulan data ini biasanya dilakukan dengan membagikan kuesioner kepada obyek penelitian dan diisi secara langsung oleh responden.
2. Data Sekunder, adalah data yang dikumpulkan secara tidak langsung dari sumbernya. Data yang didapatkan dari arsip yang dimiliki organisasi atau instansi, studi pustaka, penelitian terdahulu, dan jurnal yang berhubungan dengan permasalahan yang akan diteliti.

Populasi

Populasi adalah suatu kelompok yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2015). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen atau penumpang kereta api pada PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatra Barat Padang Pariaman sebanyak 1.036.227 orang pada tahun 2018.

Sampel

Sampel, adalah sebagian dari populasi yang memiliki karakteristik yang sama dengan populasi. Adapun jumlah sampel dari populasi di atas dihitung dengan menggunakan rumus slovin sebagai berikut (Sugiyono, 2014:27) :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

- n = Ukuran Sampel
- N = Ukuran populasi
- e = Kesalahan pengambilan

Populasi yang terdapat dalam penelitian ini berjumlah 1.036.227 orang pada tahun 2018 dan presisi yang ditetapkan atau tingkat signifikansi 0,1, maka besarnya sampel pada penelitian ini adalah :

$$n = \frac{N}{1 + (N \times (e))^2}$$

$$n = \frac{1.036.227}{1 + 1.036.227(0,1)^2}$$

$$n = \frac{1.036.227}{10.363,27}$$

$$n = 99,99$$

$$n = 100 \text{ Orang}$$

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan teknik probability sampling, yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Sedangkan yang dijadikan sebagai responden dari sampel konsumen di atas, penulis menggunakan Accidental Sampling. Menurut Sugiyono (2015), Accidental Sampling adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu konsumen yang secara kebetulan atau insidental bertemu dengan peneliti dan dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data penelitian.

Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Untuk menjawab permasalahan pertama dilakukan uji validitas, menurut Arikunto (2015) dikatakan bahwa validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan, atau kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas yang tinggi, sebaliknya instrumen yang kurang valid memiliki validitas yang rendah. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang validitas yang dimaksud. Untuk menguji validitas instrumen penelitian digunakan teknik Korelasi Product Moment (Imam Ghozali, 2016).

Valid tidaknya suatu item instrumen dapat diketahui dengan membandingkan nilai *Corected Item-Total Correlation* atau r hitung dengan angka kritik atau r tabel. Jika angka korelasi yang didapat lebih besar dari pada angka kritik (r hitung $>$ r tabel) maka instrumen tersebut dinyatakan valid. Dalam penelitian ini angka kritik atau r tabel didapat dengan cara menggunakan rumus *degree of freedom* (df) = n (Jumlah Sampel) – k (Jumlah variabel bebas) (Imam Ghazali, 2016).

2. Uji Reliabilitas

Imam Ghazali (2016) mendefinisikan reliabilitas sebagai suatu instrumen yang cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Instrumen yang baik tidak akan bersifat tendensius mengarahkan responden untuk memilih jawaban tertentu. Instrumen yang sudah dapat dipercaya, yang reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya pula. Uji reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana alat ukur yang dapat dipercaya atau diandalkan untuk diuji. Secara umum suatu instrumen dikatakan reliabel jika memiliki koefisien Cronbach's Alpha $>$ r tabel.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. Untuk menguji apakah data berdistribusi normal atau tidak dilakukan uji statistik Kolmogorov-Smirnov Test. Residual berdistribusi normal jika memiliki nilai signifikansi $>$ 0,05 (Imam Ghozali, 2016).

2. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Ada beberapa cara yang dapat dilakukan untuk melakukan uji heteroskedastisitas, yaitu uji grafik plot, uji park, uji glejser, dan uji white. Pengujian pada penelitian ini menggunakan Grafik Plot antara nilai prediksi variabel dependen yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Tidak terjadi heteroskedastisitas apabila tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. (Ghozali, 2016).

3. Uji Linearitas

Uji linieritas menguji hubungan antara sekelompok variabel bebas dan variabel terikat bersifat linear. Uji ini menggunakan test of linearity. Jika nilai signifikan pada linearity lebih kecil

0,05 maka terdapat hubungan linear antara variabel bebas dan variabel terikat. (Sugiyono, 2015).

Metode Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Analisa ini bermaksud untuk menggambarkan karakteristik masing-masing variabel penelitian. Dengan cara pengujian data ke dalam table distribusi frekuensi, menghitung nilai pemusatan (dalam hal ini nilai rata-rata, median, modus dan nilai disperse). Analisa ini tidak menghubungkan-hubungkan satu variabel dengan variabel lainnya dan tidak membandingkan satu variabel dengan variabel lainnya. Untuk mendapatkan rata-rata skor masing-masing indikator dan pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner.

2. Analisa Regresi Linear Sederhana

Analisis data yang digunakan adalah dengan menggunakan analisa regresi linear sederhana, dan koefisien determinasi (Agussalim Manguluang, 2015), bentuk persamaan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1 X_1 + e$$

Dimana :

Y = Kepuasan Konsumen

a = nilai konstanta

b₁ = koefisien parameter

X₁ = Kualitas Pelayanan

e = residual error

Untuk memudahkan dalam analisis data pembahasan penelitian ini, maka dalam pengolahan data dan analisis data digunakan program komputer, yaitu program SPSS. (Agussalim Manguluang, 2015:88).

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R²) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Imam Ghazali, 2016).

Metode Pengujian Hipotesis

Uji t

Pengujian hipotesis secara parsial antara variabel bebas (Xi) terhadap variabel tak bebas (Y), digunakan Uji Student (Uji-t), (Agussalim manguluang, 2015:98) sebagai berikut :

$$t_{bi} = \frac{b_i}{S_{bi}} = \text{untuk } i = 1$$

$$S_{bi} = \sqrt{\frac{S^2_{y:x}}{\sum x^2}}$$

Dimana :

t_{bi} = adalah nilai t_{-hitung} dari masing-masing variabel X_i

b_i = adalah nilai parameter dari masing-masing variabel X_i

S_{bi} = adalah nilai simpangan baku dari masing-masing variabel X_i

$$S^2_{y.x} = \frac{JKK}{n-k-1} \text{ dan } \sum x^2 = \sum X^2 - \frac{1}{n} (\sum X)^2$$

Nilai t-tabel pada tabel distribusi student ditentukan dengan rumus = $t_{(\alpha/2);(N-k-1)}$.

Kriteria pengujian hipotesis:

H0 ditolak dan Ha diterima apabila t-hitung \geq t-tabel atau Sig (prob) $< \alpha = 5\%$

H0 diterima dan Ha ditolak apabila t-hitung $<$ t-tabel atau Sig (prob) $\geq \alpha = 5\%$

Dalam penelitian ini, hasil pengolahan data didapatkan dengan menggunakan program pengolahan data statistik SPSS versi 20.

Hasil dan Pembahasan

Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Untuk menjawab permasalahan pertama dilakukan uji validitas, menurut Arikunto (2015) dikatakan bahwa validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan, atau kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas yang tinggi, sebaliknya instrumen yang kurang valid memiliki validitas yang rendah. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang validitas yang dimaksud.

Dengan mempergunakan bantuan dari software SPSS versi 20, maka pengujian validitas instrumen, dimana nilai validitas dapat dilihat pada kolom Coreccted Item-Total Correlation. Jika angka korelasi yang didapat lebih besar dari pada angka kritik (r hitung $>$ r tabel) maka instrumen tersebut dinyatakan valid. Dalam penelitian ini angka kritik adalah $N - 1 = 100 - 1 = 99$, maka angka kritik untuk uji coba validitas dalam penelitian ini adalah 0,195.

a. Uji Validitas Kualitas Pelayanan

Hasil uji validitas variabel kualitas pelayanan, dapat dilihat pada tabel 1 berikut ini:

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

Item	Corelation	Keterangan
x101	0,460	Valid
x102	0,467	Valid
x103	0,555	Valid
x104	0,408	Valid
x105	0,582	Valid
x106	0,518	Valid
x107	0,515	Valid
x108	0,582	Valid
x109	0,498	Valid
x110	0,543	Valid
x111	0,531	Valid
x112	0,636	Valid
x113	0,549	Valid
x114	0,526	Valid
x115	0,577	Valid
x116	0,506	Valid
x117	0,498	Valid
x118	0,525	Valid
x119	0,536	Valid
x120	0,600	Valid
x121	0,244	Valid
x122	0,328	Valid

x123	0,316	Valid
x124	0,344	Valid
x125	0,423	Valid

Sumber : Data Primer yang Diolah

Berdasarkan tabel 1 di atas seluruh pernyataan variabel kualitas pelayanan dinyatakan valid dan dapat digunakan untuk pengujian selanjutnya.

b. Uji Validitas Kepuasan Konsumen

Hasil uji validitas variabel kepuasan konsume dapat dilihat pada tabel 2 berikut ini:

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen

Item	Corelation	Keterangan
y01	0,652	Valid
y02	0,551	Valid
y03	0,621	Valid
y 04	0,592	Valid
y05	0,665	Valid
y06	0,610	Valid
y07	0,574	Valid
y08	0,578	Valid
y09	0,630	Valid
y10	0,711	Valid
y11	0,342	Valid
y12	0,470	Valid
y13	0,395	Valid
y14	0,402	Valid
y15	0,495	Valid

Sumber : Data Primer yang Diolah

Berdasarkan tabel 2 di atas seluruh pernyataan variabel kepuasan konsumen dinyatakan valid dan dapat digunakan untuk pengujian selanjutnya.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2015) yang menyebutkan bahwa reliabilitas adalah serangkaian pengukuran atau alat ukur yang memiliki konsistensi bila pengukuran yang dilakukan dengan alat ukur itu dilakukan secara berulang. Dengan menggunakan bantuan *software* SPSS maka koefisien *cronbach's alpha* merupakan uji reliabilitas untuk alternatif jawaban lebih dari dua.

Secara umum suatu instrumen dikatakan reliabel jika memiliki koefisien *Cronbach's Alpha* > r tabel (0,195). Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel 3 berikut ini :

Tabel 3. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha
X	0,742
Y	0,749

Sumber : Data Primer yang Diolah

Dari penyajian tabel 3 di atas, maka seluruh variabel penelitian dinyatakan reliabel, dimana hasil perhitungan uji reliabilitas yang masing masing variabelnya menunjukkan *cronbach's alpha* lebih besar dari r tabel (0,195). Hal ini berarti keseluruhan variabel dapat digunakan untuk pengolahan data lebih lanjut.

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Bertujuan untuk menguji apakah dalam Bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas. Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka data yang diuji berdistribusi normal. Hasil uji normalitas variabel Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen dapat dilihat pada tabel 4 sebagai berikut :

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters	Mean	0E-7
	Std. Deviation	4,22196305
Most Extreme Differences	Absolute	0,091
	Positive	0,091
	Negative	-0,077
Kolmogorov-Smirnov Z		0,907
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,383

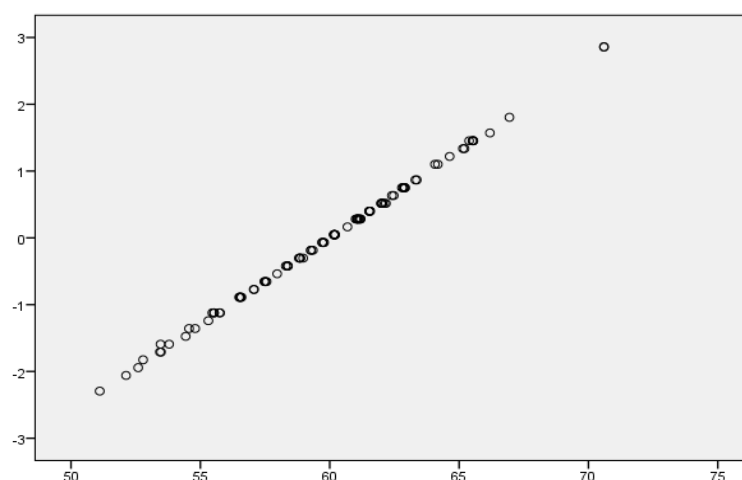
Sumber : Data Hasil Olahan SPSS v20

Dari tabel 4 didapatkan nilai residual variabel Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen sebesar 0,383 lebih besar dari 0,05 dari nilai sampel sebesar 100, maka dapat disimpulkan data yang sedang diuji berdistribusi normal.

b. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Ada beberapa cara yang dapat dilakukan untuk melakukan uji heteroskedastisitas, yaitu uji grafik plot, uji park, uji glejser, dan uji white.

Pengujian pada penelitian ini menggunakan Grafik Plot antara nilai prediksi variabel dependen yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Tidak terjadi heteroskedastisitas apabila tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. (Imam Ghozali, 2016). Hasil uji heterokedastisitas dapat dilihat pada gambar 2 sebagai berikut :



Gambar 2. Hasil Uji Heterokedastisitas

Berdasarkan gambar 2 di atas dapat disimpulkan bahwa titik-titik menyebarnya di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y serta tidak membentuk pola tertentu yang jelas. Sehingga tidak terjadi heteroskedastisitas.

c. Uji Linearitas

Uji linieritas menguji hubungan antara sekelompok variabel bebas dan variabel terikat bersifat linear. Uji ini menggunakan *test of linearity*. Jika nilai signifikan pada linearity lebih kecil 0,05 maka terdapat hubungan linear antara variabel bebas dan variabel terikat. (Sugiyono, 2015). Hasil uji linearitas pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel 5 berikut :

Tabel 5. Hasil Uji Linearitas

	Model	F	Sig.
Y*X	(Combined)	4,307	0,000
	<i>Linearity</i>	92,989	0,000
	Deviation from Linearity	1,446	0,104

Sumber : Data Hasil Olahan SPSS v20

Dari tabel 5 di atas diperoleh nilai signifikan pada *linearity* adalah sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan linear secara signifikan antara variabel kualitas pelayanan dengan variabel kepuasan konsumen.

Analisa Kualitatif

Analisa Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linier sederhana adalah pengaruh secara linear antara variabel independen dengan variabel dependen. Analisis ini untuk mengetahui arah pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berpengaruh positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Persamaan regresi linear berganda yang dihasilkan dari pengolahan data diadopsi dari tabel *coefficients* yang disajikan pada tabel 6 berikut ini :

Tabel 6. *Coefficients*

	Model	Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	14,641	5,043
	X	0,451	0,050

Sumber : Data Hasil Olahan SPSS v20

Dari tabel 6 di atas dapat ditarik persamaan regresinya sebagai berikut :

$$Y = 14,641 + 0,451 X + e$$

1. Nilai konstanta sebesar 14,641 yang berarti menunjukkan pengaruh positif variabel Independent. Jika variabel Independent naik sebesar satu satuan maka nilai variabel dependent naik sebesar 14,641 satuan.
2. Nilai koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan sebesar 0,451, berarti bahwa jika terjadi peningkatan variabel Kualitas Pelayanan sebesar satu satuan maka Kepuasan Konsumen Pada PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatra Barat Padang Pariaman akan meningkat sebesar 0,451 satuan.

Analisa Determinasi

Analisis koefisien determinasi dalam regresi Analisis koefisien determinasi dalam regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui persentasi sumbangan pengaruh variabel Kualitas

Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatra Barat Padang Pariaman. Nilai koefisien determinasi dari Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen, dapat dilihat pada tabel 7 berikut ini :

Tabel 7. Analisis Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	0,674	0,454	0,448

Sumber : Data Hasil Olahan SPSS v20

Berdasarkan tabel 7, terlihat nilai R variabel Kualitas Pelayanan, adalah sebesar 0,674. Berarti kemampuan variabel kualitas pelayanan, dalam menjelaskan varians dari variabel kepuasan konsumen adalah sebesar 67,4%. Sedangkan sisanya sebesar 32,6% yang dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Pengujian Hipotesis

Uji t

Uji t digunakan untuk menguji apakah terdapat pengaruh yang signifikan secara individual dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil uji t dari penelitian ini dapat disajikan pada tabel 8 berikut ini :

Tabel 8. Hasil Uji t

Model	t	Sig
1 (Constant)	2,903	0,005
x	9,027	0,000

Sumber : Data Hasil Olahan SPSS v20

Dengan menggunakan tingkat signifikansi 0,05 ($\alpha = 5\%$) dan t tabel pada signifikansi 0,05 uji dua arah dengan derajat kebebasan $df\ n-k-1 = 100-1-1 = 98$ (n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variabel bebas) dengan nilai t tabel sebesar 1,984.

Hasil uji t dapat dilihat pada output SPSS dari tabel 4.12 di atas diketahui nilai t hitung variabel Kualitas Pelayanan sebesar 9,027 yang lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1,984. Sehingga t hitung $>$ t tabel dan nilai sig perhitungan yang diperoleh adalah sebesar $0,000 < 0,05$ jadi H_0 ditolak H_a diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan secara individual atau parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatra Barat Padang Pariaman.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatra Barat Padang Pariaman.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh positif antara variabel Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatra Barat Padang Pariaman. Hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan variabel Kualitas Pelayanan berdampak pada peningkatan variabel Kepuasan Konsumen. Hal ini diketahui dari nilai regresi yang senilai 0,451 satuan. Secara parsial Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, hal ini diketahui dari hasil uji t dimana t hitung sebesar 9,027 yang lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1,984 atau dapat dilihat dari nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$.

Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian Ratih Hardiyati (2015) yang meneliti tentang "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Penginapan (Villa) Agrowisata Kebun Teh Pagilaran", dimana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dalam

menggunakan jasa penginapan (Villa) agrowisata kebun teh pagilaran.

Kemudian juga didukung oleh penelitian Oldy Ardhana (2015) yang meneliti tentang "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan konsumen (Studi Pada Bengkel Caesar Semarang)". Dimana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan konsumen.

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatra Barat Padang Pariaman. Maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa indikator yang paling dominan dari variabel Kualitas Pelayanan yaitu Jaminan (Assurance) yang mempunyai nilai TCR sebesar 81,6% dan indikator yang paling dominan dari variabel Kepuasan konsumen yaitu Kepuasan konsumen keseluruhan dengan nilai TCR sebesar 80,5%.
2. Hasil pengujian dari uji t, secara parsial Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatra Barat Padang Pariaman. Hal ini diketahui dari hasil uji t dimana t hitung sebesar 9,027 yang lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1,984 atau dapat dilihat dari nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$.

Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, dapat dikemukakan beberapa rekomendasi yang diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan atau pihak lain yang berkepentingan. Adapun saran yang diberikan, antara lain :

1. Bagi PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatra Barat Padang Pariaman. Hasil penelitian menunjukkan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen. Dengan hal tersebut hendaknya pihak pimpinan PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatra Barat Padang Pariaman lebih meningkatkan kualitas pelayanannya agar kepuasan konsumen meningkat, maka konsumen akan tetap mau memakai jasa transportasi Kereta Api Indonesia.
2. Bagi Akademik
Diharapkan bagi peneliti selanjutnya yang akan meneliti tentang Kepuasan Konsumen untuk menambah variasi variabel yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen, dan objek yang diteliti diperluas tidak hanya di PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatra Barat Padang Pariaman.

Referensi

- Agussalim Manguluang, 2015. Statistik Lanjutan, Ekasakti Press, Padang.
- Arikunto, S. 2015. Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek. Jakarta: Rineka Cipta.
- Fandy Tjiptono. 2014. Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Penelitian). Yogyakarta. Andi.
- Fandy Tjiptono, dan Gregorius Chandra. 2016. Service, Quality and Satisfaction. Yogyakarta. Andi.
- Ghozali, Imam. 2016. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS versi 20. Semarang: BPFE Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. Marketing Managemen, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Nasution, M.N., 2015. Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management) Edisi Keempat. Ghalia Indonesia, Bogor.
- M. Nazir, 2014. Metode Penelitian. Bogor: Ghalia Indonesia.

Parasuraman, ET AL. 2012. Pelayanan Pelanggan yang Sempurna. Kunci ilmu. Yogyakarta.
Sugiyono, 2015. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.