

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TIKET KERETA API  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN JASA KERETA API INDONESIA  
(Studi Pada Kereta Api Argo Muria Kelas Eksekutif Jurusan Semarang Tawang  
– Jakarta Gambir PT Kereta Api Indonesia DAOP 4 Semarang)**

**Hilmy Ramadhan, Hari Susanta Nugraha**

Adminitrasi Bisnis, Universitas Diponegoro, Indonesia

Email : hilmyramadhan96@gmail.com

***Abstract.** This study aims to determine the effect of service quality and ticket prices on customer loyalty. This type of research uses the type of explanatory research. The sampling technique uses purposive sampling technique. The population of this study is the Argo Muria train passengers as many as 100 respondents. This study uses quantitative analysis with validity, reliability, correlation coefficient, determination coefficient, simple regression, multiple regression, t test and F test with the help of Microsoft Excel and SPSS version 21. The results showed that it could be concluded that  $t$  arithmetic  $(6,339) > t$  table  $(1,984)$ , then  $H_0$  was rejected and  $H_a$  was accepted. There is a significant influence between Service Quality on Customer Loyalty. then  $t$  calculate the ticket price to customer loyalty  $(7,823) > t$  table  $(1,984)$ , then  $H_0$  is rejected and  $H_a$  is accepted. There is a significant influence between Price on Customer Loyalty. Then  $F$ -count service quality and price to customer loyalty is  $(35,704) > F$ -table  $(3,09)$  which means that  $H_0$  is rejected and  $H_a$  is accepted. Testing this hypothesis proves that together - positive and significant effect between Service Quality and Ticket Prices on Customer Loyalty of Argo Muria Railroad Services PT. KAI DAOP 4 Semarang*

***Keywords:** Service Quality, Ticket Prices, Customer Loyalty*

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga tiket terhadap loyalitas pelanggan. Tipe penelitian ini menggunakan tipe *explanatory research*. Teknik sampling menggunakan teknik *purposive sampling*. Populasi dari penelitian ini adalah penumpang kereta Argo Muria yakni sebanyak 100 responden. Penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif dengan uji validitas, uji reliabilitas, koefisien korelasi, koefisien determinasi, regresi sederhana, regresi berganda, uji t serta uji F dengan bantuan *microsoft excel* dan SPSS versi 21. Hasil penelitian menunjukkan dapat diperoleh kesimpulan bahwa  $t$  hitung  $(6,339) > t$  tabel  $(1,984)$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Terdapat pengaruh signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan. selanjutnya  $t$  hitung harga tiket terhadap loyalitas pelanggan  $(7,823) > t$  tabel  $(1,984)$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Terdapat pengaruh signifikan antara Harga terhadap Loyalitas Pelanggan. Kemudian  $F$ -hitung kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan sebesar  $(35,704) > F$ -tabel  $(3,09)$  yang artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Pengujian hipotesis ini membuktikan bahwa secara bersama berpengaruh positif dan signifikan antara Kualitas Pelayanan dan Harga Tiket terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Layanan Kereta Api Argo Muria PT. KAI DAOP 4 Semarang.

**Kata Kunci :** Kualitas Pelayanan, Harga Tiket, Loyalitas Pelanggan

## A. Pendahuluan

Kereta api sendiri merupakan alat transportasi yang digemari masyarakat di Indonesia khususnya di kota Semarang. Kereta Api adalah salah satu sarana transportasi paling penting yang banyak dipilih masyarakat untuk kelancaran beraktifitas, karena angkutan kereta api merupakan salah satu moda transportasi yang memiliki ciri dan keunggulan lebih dibanding dengan transportasi lain, antara lain hemat energi, hemat lahan, bersahabat dengan lingkungan, tingkat keselamatannya tinggi serta dapat mengangkut penumpang dengan jumlah besar. Oleh karena itu disaat pelanggan melakukan pembelian maka perusahaan harus membentuk kepercayaan pelanggan sehingga menciptakan loyalitas pelanggan.

Kualitas pelayanan suatu penyedia jasa transportasi sendiri memiliki pengaruh yang sangat besar untuk menumbuhkan sifat loyal terhadap pelanggan. Loyalitas memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan, mempertahankan mereka berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, hal ini menjadi alasan utama bagi sebuah perusahaan untuk menarik dan mempertahankan mereka. Menurut Ratih Hurriyati (2010:128).

Tujuan di lakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga tiket terhadap loyalitas pelanggan jasa kereta api Indonesia (Studi pada pelanggan KA Argo Muria jurusan Semarang Tawang-Jakarta Gambir PT KAI DAOP 4 Semarang). Populasi yang diambil adalah pelanggan kereta api Argo dengan jumlah populasi yang tidak diketahui sedangkan sampelnya adalah 100 konsumen kereta api Argo Muria dengan menggunakan teknik pengambilan sampel *non probability* yaitu *accidental sampling* dan *purposive sampling*.

## B. Kerangka Teori

Kualitas pelayanan adalah totalitas dari penyedia barang dan jasa yang menunjukkan kemampuan terbaiknya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan, baik yang nampak jelas maupun yang tersembunyi. Kotler (2000:25).

Harga adalah satuan moneter atau ukuran lainnya termasuk barang dan jasa lainnya yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau pengguna suatu barang dan jasa. Tjiptono (2007:151).

Loyalitas Pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, atau pemasok berdasarkan sifat yang sangat positif dalam pembelian jangka panjang. Menurut Tjiptono (2000:110).

## C. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan. Hipotesis dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori. Sugiyono (2009).

Adapun hipotesis dari penelitian ini adalah

H1 : Diduga terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas Pelanggan jasa Kereta Api Argo Muria Kelas Eksekutif.

H2 : Diduga terdapat pengaruh positif dan signifikan antara harga terhadap loyalitas pelanggan pada jasa Kereta Api Argo Muria Kelas Eksekutif.

H3 : Diduga terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dan harga terhadap Loyalitas Pelanggan jasa Kereta Api Argo Muria Kelas Eksekutif.

#### **D. Metode Penelitian**

Menurut Umar (1999:36) penelitian eksplanatori (*explanatory research*) adalah penelitian yang bertujuan untuk menganalisis hubungan-hubungan antara satu variable dengan variable lainnya atau bagaimana suatu variable mempengaruhi variable lainnya. Berdasarkan penjelasan di atas, maka dalam penelitian ini akan menyoroti pengaruh antara variabel kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas Pelanggan.

Penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif dengan uji validitas, uji reliabilitas, koefisien korelasi, koefisien determinasi, regresi sederhana, regresi berganda, uji t serta uji F dengan bantuan *microsoft excel* dan SPSS versi 21.

#### **E. Hasil dan Pembahasan**

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menjawab seluruh pertanyaan yang ada pada rumusan masalah yang tertera di BAB 1 yaitu agar mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan Harga Tiket terhadap Loyalitas Pelanggan jasa Kereta Api Argo Muria.

Kualitas pelayanan adalah totalitas dari penyedia barang dan jasa yang menunjukkan kemampuan terbaiknya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan, baik yang nampak jelas maupun yang tersembunyi. Kotler (2000:25). Variabel kualitas pelayanan diukur dengan 25 indikator. Berdasarkan dari hasil analisis yang telah dilakukan, hipotesis pertama ( $H_1$ ) yaitu, “diduga ada pengaruh positif antara kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan Kereta Api Argo Muria”, terbukti dengan t hitung lebih besar dari t tabel, sehingga dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa. Koefisien korelasi menunjukkan nilai R pada koefisien korelasi antara variabel Kualitas Pelayanan terhadap variabel Loyalitas Pelanggan adalah 0,539, maka dapat diketahui bahwa hubungan kualitas pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan adalah cukup kuat. Koefisien regresi yang positif menunjukkan bahwa semakin bagus kualitas pelayanan yang diberikan maka pelanggan semakin loyal dalam penggunaan jasa Kereta Api Argo Muria. Sebaliknya jika persepsi pelanggan mengenai kualitas pelayanan KA. Argo Muria semakin tidak baik, maka keputusan penggunaan jasa KA. Argo Muria akan semakin melemah pula. Berdasarkan koefisien determinasi menunjukkan kontribusi pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan sebesar 29.1% sedangkan sisanya sebesar 70,9% dijelaskan oleh variabel lain, selain kualitas pelayanan. Hasil kategorisasi pada variabel kualitas pelayanan tergolong tinggi dengan presentase sebesar 60%.

Menurut Tjiptono (2007:151), Harga adalah satuan moneter atau ukuran lainnya termasuk barang dan jasa lainnya yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau pengguna suatu barang dan jasa. Berdasarkan hasil analisis yang sudah dilakukan, hipotesis yang kedua ( $H_2$ ) yaitu, “Diduga ada pengaruh positif antara Harga terhadap Loyalitas Pelanggan”, terbukti dengan t hitung lebih besar dari t tabel, sehingga dapat diartikan bahwa Harga berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Koefisien korelasi menunjukkan nilai R pada koefisien korelasi antara variabel Harga terhadap variabel Loyalitas Pelanggan adalah 0,620, maka dapat diketahui bahwa hubungan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan adalah cukup kuat. Koefisien regresi yang positif menunjukkan bahwa semakin bagus Harga yang diberikan maka konsumen semakin baik

dalam mengambil keputusan penggunaan jasa KA. Argo Muria. Sebaliknya jika persepsi konsumen mengenai Harga yang diberikan oleh KA. Argo Muria semakin tidak baik, maka Loyalitas Pelanggan akan semakin melemah pula. Berdasarkan koefisien determinasi menunjukkan kontribusi pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan sebesar 61,6% sedangkan sisanya sebesar 35,7% dijelaskan oleh variabel lain, selain Harga. Hasil kategorisasi pada variabel Harga Tiket tergolong tinggi dengan presentase sebesar 48%.

Menurut Tjiptono (2000:110) loyalitas Pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, atau pemasok berdasarkan sifat yang sangat positif dalam pembelian jangka panjang. Variabel Loyalitas Pelanggan jasa KA. Argo Muria ini diukur dengan 3 indikator. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, Hipotesis yang ketiga ( $H_3$ ) yaitu, "Diduga ada pengaruh antara kualitas pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan KA. Argo Muria terbukti dengan  $F$  hitung lebih besar dari  $F$  tabel, sehingga dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan dan Harga berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Koefisien korelasi menunjukkan nilai  $R$  pada koefisien korelasi antara variabel kualitas pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan adalah 0,651, maka dapat diketahui bahwa hubungan kualitas pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas Pelayanan adalah kuat. Koefisien regresi yang positif menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan dan Harga yang diberikan maka Pelanggan akan semakin loyal menggunakan jasa KA. Argo Muria. Sebaliknya jika persepsi Pelanggan mengenai kualitas pelayanan dan Harga yang diberikan KA. Argo Muria semakin buruk, maka keputusan Loyalitas Pelanggan akan semakin melemah pula.

Dengan demikian dapat disimpulkan dalam uji korelasi terbukti bahwa terdapat hubungan yang kuat antara kualitas pelayanan dan Harga Tiket terhadap Loyalitas Pelanggan. Memberikan Kualitas Pelayanan yang bagus dengan didukung Harga yang baik tentu akan membuat Pelanggan yakin untuk memutuskan menggunakan jasa KA. Argo Muria.

## **F. Penutup**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu :

1. Kualitas pelayanan pada KA. Argo Muria sudah baik, hal itu karena petugas kabin KA. Argo Muria selalu memberikan pelayanan yang ramah dan selalu menjaga kebersihan setiap gerbongnya sehingga membuat konsumen merasa nyaman, akan tetapi masih terdapat beberapa kekurangan yang dapat dilihat dari indikator yang nilainya dibawah rata-rata yaitu kurangnya tempat sampah disetiap gerbongnya sehingga membuat penumpang merasa bingung untuk membuang sampah. Kemudian penyampaian informasi yang kurang jelas saat didalam kabin kereta.
2. Harga sudah baik karena harga yang ditentukan oleh pihak KAI sesuai dengan fasilitas yang diberikan, namun masih terdapat kekurangan yang dapat dilihat dari beberapa indikator Harga yang nilainya berada di bawah rata-rata yaitu responden kurang percaya terhadap harga yang ditawarkan Kereta Api Argo Muria Kelas Eksekutif memiliki daya saing dengan harga yang ditawarkan jenis transportasi lainnya. Disini membuktikan bahwa terdapat pesaing dengan harga tiket yang lebih murah dibandingkan dengan KA. Argo Muria.
3. Loyalitas Pelanggan jasa Kereta Api Argo Muria cukup baik, hal ini terjadi karena responden merasa KA. Argo Muria, akan tetapi masih terdapat kekurangan yang dapat dilihat dari beberapa indikator dari Loyalitas Pelanggan jasa ini yang masih di

bawah nilai rata-rata yaitu akan menggunakan jasa Kereta Api Argo Muria Kelas Eksekutif kembali untuk Berpergian dari Semarang. Ini membuktikan bahwa pelanggan memiliki pilihan transportasi lainnya selain Argo Muria baik itu jenis kereta yang lain maupun transportasi jenis lainnya.

4. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan, dan positif mempengaruhi Loyalitas Pelanggan KA. Argo Muria.
5. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel Harga berpengaruh signifikan dan positif mempengaruhi Loyalitas Pelanggan KA. Argo Muria.
6. Dari kedua variabel, baik Kualitas Pelayanan maupun Harga secara efektif memberikan pengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan KA. Argo Muria.

Dari kesimpulan diatas, dapat disimpulkan beberapa saran yang dapat dijadikan beberapa bahan pertimbangan dalam rangka meningkatkan keputusan penggunaan jasa bagi Pelanggan KA. Argo Muria diwaktu yang akan datang. Adapun saran yang dapat diberikan antara lain yaitu sebagai berikut :

1. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dari KA. Argo Muria sudah baik, akan tetapi masih ada beberapa faktor yang perlu diperbaiki, maka dari itu perusahaan harus berusaha meningkatkan pelayanannya seperti menambah jumlah tempat sampah di setiap gerbong dan disaat petugas memberikan arahan atau penjelasan melalui mikrofon agar diperjelas lagi sehingga suaranya tidak terdengar samar-samar.
2. Berdasarkan hasil penelitian variabel Harga ini sudah sesuai dengan fasilitas yang diberikan, akan tetapi masih harus meningkatkan daya saing harga yang ditawarkan agar tidak kalah <sup>dengan</sup> jenis kereta maupun jenis transportasi lainnya.
3. Perlu dilakukan penelitian lanjutan oleh manajemen maupun pihak luar perusahaan mengenai variabel-variabel bebas lain diluar variabel Kualitas Pelayanan dan Harga yang memungkinkan dapat memberikan pengaruh untuk meningkatkan Loyalitas pelanggan jasa.

#### **Daftar Pustaka**

- Hurriyati, Ratih. (2010). Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen. Bandung: ALFABETHA.
- Kotler, Philip. (2000), Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium, Jakarta, Prehallindo.
- Sugiyono .(2009). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2004. Metode Penelitian. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Tjiptono, Fandy. (2007). Strategi Pemasaran, Edisi ke dua. Yogyakarta: Andi
- Tjiptono, Fandy. (2000). Prinsip & Dinamika Pemasaran. Edisi Pertama. J & J Learning. Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy. 2004. Strategi Pemasaran, edisi kedua, Andi, Yogyakarta.