

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
(Studi Pada Penumpang Kereta Api Kelas Argo Jurusan Semarang-Jakarta
PT. KAI DAOP IV Semarang)**

Reinhard¹, Drs. Agus Hermani DS², MM, Andi Wijayanto³, S.Sos, MSi
hujanderazmilanisti@yahoo.com

ABSTRACTION

Along the times, the mobilization of people in the world get increased, including Indonesia. The convenient, fast and safe transportation is needed for society to support their mobility. PT. Kereta Api (Persero) is a state-owned facilities and infrastructure that manages the railway transportation in Indonesia. To win the competition of transportation business, an entrepreneur services or service company must give priority to customers satisfaction. The product launched names argo muria and argo sindoro is an effort to increase customer satisfaction.

The problem of this research is the number of passengers declined from the year 2008 to 2012. The purpose of this study was to determine the influence of service quality and price on customer satisfaction argo class train argo track Semarang - Jakarta.

The type of this research is an explanatory research. The number of samples in this study were 96 respondents taking using purposive sampling. Data was collected through interviews and literature study. Data analysis using linear regression test with SPSS 16.0.

The results showed that the quality of service has an influence on customer satisfaction with a correlation coefficient of 0.835 and a coefficient of determination of 69.7%, the price has influence on customer satisfaction with a correlation coefficient of 0.719 and a coefficient of determination of 51.7%, service quality and price simultaneously have influence on customer satisfaction with a correlation coefficient of 0,841 and a coefficient determination of 70,8%.

Suggestions for this company is they needs to improve the quality of service and the price should be reviewed considering other modes of transport is cheaper and efficient.

Keywords : Quality Service, Price, Customer Satisfaction

ABSTRAKSI

Seiring dengan perkembangan zaman, arus mobilisasi penduduk di dunia termasuk Indonesia mengalami peningkatan. Hal ini menjadikan sarana transportasi yang nyaman, cepat dan aman menjadi suatu kebutuhan bagi masyarakat untuk mendukung mobilitas mereka. PT. Kereta Api (Persero) merupakan BUMN yang mengelola sarana dan prasarana transportasi kereta api di Indonesia. Untuk memenangkan persaingan dalam bisnis jasa transportasi, seorang pengusaha jasa atau perusahaan jasa haruslah mengutamakan kepuasan dari pelanggannya. Peluncuran produk kereta api berjenis Argo Muria dan Argo Sindoro merupakan salah satu upaya PT. KAI untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

¹ Reinhard, Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro, hujanderazmilanisti@yahoo.com.

² Drs. Agus Hermani DS, MM, Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

³ Andi Wijayanto, S.Sos, MSi, Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

Permasalahan dalam penelitian ini adalah terjadinya penurunan jumlah penumpang dari tahun 2008 – 2012. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan kereta api kelas argo jurusan Semarang – Jakarta.

Tipe penelitian ini adalah *explanatory research*. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 96 responden dengan *Purposive Sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan studi kepustakaan. Analisis data menggunakan uji regresi linier dengan program SPSS 16.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan dengan koefisien korelasi 0,835 dan koefisien determinasi 69,7%, harga memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan dengan koefisien korelasi 0,719 dan koefisien determinasi 51,7%, kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan dengan koefisien korelasi 0,841 dan koefisien determinasi 70,8%.

Saran yang diajukan adalah perusahaan perlu meningkatkan kualitas pelayanan dan harga yang ditetapkan perlu dikaji kembali mengingat moda transportasi lain lebih murah dan lebih menghemat waktu.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Pelanggan

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Transportasi merupakan denyut nadi kondisi ekonomi suatu negara sebab transportasi yang sangat padat akan menunjukkan bahwa geliat ekonomi di wilayah tersebut juga padat modal. Seiring dengan perkembangan zaman, arus mobilisasi penduduk di dunia termasuk Indonesia mengalami peningkatan. Hal ini menjadikan sarana transportasi yang nyaman, cepat dan aman menjadi suatu kebutuhan bagi masyarakat untuk mendukung mobilitas mereka.

Salah satu jenis moda transportasi yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat Indonesia adalah kereta api. Menurut Salim (1996:76) angkutan kereta api adalah menyediakan jasa-jasa transportasi di atas rel untuk membawa barang dan penumpang. Disamping itu angkutan kereta mempunyai kewajiban untuk memberikan pelayanan keselamatan dan aman bagi penumpang.

Dewasa ini penumpang lebih diuntungkan dengan banyaknya perusahaan yang menawarkan jasa transportasi, semakin banyaknya perusahaan yang menawarkan jasa angkutan transportasi, maka konsumen memiliki pilihan yang semakin banyak pula. Dengan demikian kekuatan tawar-menawar konsumen menjadi semakin besar. Akibatnya perusahaan harus berhati-hati dalam memperlakukan konsumen, jangan sampai konsumen merasa tidak puas dan kecewa terhadap perusahaan.

PT. Kereta Api (Persero) merupakan BUMN (Badan Usaha Milik Negara) yang mengelola sarana dan prasarana transportasi kereta api di Indonesia. Salah satu bukti keunggulan PT. Kereta Api dalam memberikan kepuasan terhadap konsumen adalah dengan meluncurkan produk kereta api berjenis argo kepada masyarakat. Untuk kereta api argo di wilayah Semarang, PT KAI (Persero) meluncurkan dua produk kereta api yang dapat digunakan, yaitu Argo Muria dan Argo Sindoro. Kedua produk ini diklaim oleh pihak PT. KAI sebagai moda transportasi terbaik, *prestise*, nyaman dan tercepat dikelasnya, karena kereta api kelas argo ini sampai tujuan (Jakarta) lebih cepat dibandingkan dengan kereta api kelas lain seperti kelas bisnis dan ekonomi, waktu yang ditempuh kereta api kelas argo untuk sampai tujuan (Jakarta) adalah 6 jam dibandingkan kereta api kelas bisnis yaitu 8 jam dan kelas ekonomi 10 jam hal ini dikarenakan kereta api kelas argo tidak banyak berhenti di stasiun yang dilewatinya seperti kereta api kelas bisnis dan kelas ekonomi, yaitu hanya berhenti di stasiun Tegal, Cirebon, Bekasi, Jatinegara dan Gambir. Dikatakan nyaman karena dilengkapi ac, televisi layar datar, bangku yang nyaman serta ketersediaan bantal dan selimut dan gerbong yang layak pakai. Untuk *prestise* karena PT. KAI menilai masih adanya penumpang yang merasa derajatnya akan naik apabila menggunakan kereta api kelas argo dibandingkan menggunakan kereta kelas bisnis atau ekonomi.

Persaingan yang cukup berat dihadapi PT. KAI DAOP IV Semarang saat ini adalah dari maskapai penerbangan. Produk pesawat terbang saat ini ditawarkan dengan harga yang terpaut sedikit dengan harga tiket kereta api kelas eksekutif, harga tiket untuk kereta api kelas argo berkisar antara Rp. 250.000 – Rp. 300.000 sedangkan untuk harga tiket pesawat dengan tujuan yang sama sekarang ini dapat diperoleh dengan harga berkisar antara Rp. 300.000 – Rp. 400.000. Penetapan harga ini memang tampak disengaja untuk merebut penumpang kereta api, sebagian penumpang kereta api pasti ingin menggunakan pesawat terbang dan memilih kereta api selama ini mungkin dikarenakan terbatasnya anggaran mereka. Menurut Irawan (2001:90) kemungkinan calon penumpang akan lebih memilih menggunakan pesawat terbang dikarenakan dengan harga yang relatif hampir sama terhadap kereta api, penumpang pesawat terbang mendapatkan kemudahan, kenyamanan dan penghematan waktu yang lebih dibandingkan menggunakan kereta.

Berdasarkan latar belakang di atas, telah mendorong penulis untuk merumuskan kedalam suatu penelitian yang di beri judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Pada Penumpang Kereta Api Kelas Argo Jurusan Semarang-Jakarta PT. KAI DAOP IV Semarang)”**

Perumusan Masalah

Dalam kelangsungan hidupnya setiap perusahaan perlu berorientasi pada kepuasan pelanggan agar konsumen tetap menggunakan jasa yang sama. PT. KAI DAOP IV Semarang perlu mengutamakan kualitas pelayanannya dan harga yang pantas (*reasonable*) untuk dapat bersaing dengan perusahaan swasta yang juga bergerak dalam bidang jasa transportasi yang sekarang ini telah banyak berkembang.

Penetapan harga disesuaikan dengan kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan kereta api kelas argo jurusan Semarang-Jakarta.

Tabel 1.1 menyajikan data tentang volume dan kuota penumpang produk kereta api eksekutif Argo Muria dan Argo Sindoro untuk jurusan Semarang-Jakarta pada tahun 2008 sampai 2012 di Stasiun Besar Semarang Tawang:

Tabel 1.1
Data Volume dan Kuota Penumpang
Kereta Api Argo jurusan Semarang-Jakarta
Tahun 2008-2012

Tahun	Jumlah Penumpang	Persentase (%)	Kuota Penumpang	Bangku Kosong	Persentase Bangku Kosong (%)
2008	141.056	-	235.000	93.944	39,9
2009	110.094	(21,3)	250.000	139.906	55,9
2010	132.483	19,4	251.100	118.617	47,2
2011	137.829	4	245.000	107.171	43,7
2012	125.604	(9,7)	240.000	114.396	47,6

Sumber: PT. Kereta Api Indonesia DAOP IV Semarang

Dari data di atas, dapat kita lihat bahwa untuk tahun 2009 jumlah penumpang kereta api argo jurusan Semarang - Jakarta mengalami penurunan sebesar 21,3% bila dibandingkan dengan tahun tahun sebelumnya yaitu tahun 2008. Kemudian penurunan jumlah penumpang kereta api argo

terjadi kembali di tahun 2012 sebesar 9,7% bila dibandingkan dengan tahun sebelumnya yaitu tahun 2011.

Menurut data PT. KAI DAOP IV Semarang di atas, realisasi jumlah penumpang kereta api argo jurusan Semarang - Jakarta untuk setiap tahunnya dari tahun 2008-2012 hanya memenuhi 53% dari kuota kursi penumpang yang ditawarkan, jadi ada sebesar 47% kuota penumpang yang tidak dipenuhi. Selisih paling besar antara jumlah penumpang dengan kuota penumpang yang disediakan terjadi pada tahun 2009, dimana mencapai 139.060 tempat kosong atau dipresentase sebesar 55,9%.

Berdasarkan uraian pada data di atas, maka permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah kesenjangan antara harapan penumpang atas kualitas pelayanan dan harga yang ditawarkan oleh PT. Kereta Api (Persero). Kesenjangan tersebut dapat dilihat dari menurunnya jumlah penumpang kereta api argo pada tahun 2009 sebesar 21,3% atau sekitar 30.116 penumpang serta pada tahun 2008 sampai tahun 2012 rata-rata jumlah kursi penumpang yang kosong mencapai 47%.

PT. KAI DAOP IV Semarang memiliki harapan yang tinggi terhadap pengguna jasa kereta api kelas argo seperti kepuasan pelanggan, sehingga pelanggan menggunakan kembali jasa kereta ini serta merekomendasikan kepada orang lain akhirnya diharapkan kereta api Argo tujuan Semarang-Jakarta ini menjadi angkutan utama yang digunakan masyarakat untuk melakukan perjalanan ke Jakarta karena masyarakat merasa membutuhkan kereta ini. Maka diharapkan dapat memperoleh pendapatan yang stabil dan mampu menaikkan pendapatan perusahaan di masa yang akan datang.

Namun pada kenyataannya upaya untuk mendapatkan kepuasan pelanggan yang diharapkan tinggi, terkendala oleh kualitas pelayanan yang kurang baik. Masih adanya keluhan penumpang menunjukkan kepuasan pelanggan pada PT. KAI DAOP IV Semarang masih menjadi masalah, sebagai data tambahan peneliti akan menyajikan data jumlah laporan keluhan penumpang di stasiun Semarang Tawang yang terdiri dari pelayanan petugas parkir, pelayanan petugas loket, sarana informasi *ticketing*, *ticketing*, audio informasi kereta api, sarana fasilitas publik, pelayanan petugas *customer service*, kebersihan ruangan *customer service*, kebersihan toilet, keamanan stasiun, info kedatangan kereta api, *boarding pass* dan pelayanan *ticketing* eksternal (agen) yang baru di mulai sejak januari 2013 pada tabel 1.2 sebagai berikut:

Tabel 1.2
Rekapitulasi Complain Customer Service On Station DAOP IV
Semarang tahun 2013

Bulan	Total Keluhan
Januari	61
Februari	19
Maret	39
April	57
Mei	30
Juni	21
Juli	25
Agustus	10

Sumber: PT KAI DAOP IV Semarang, 2013

Dari tabel 1.2 di atas dapat dilihat bahwa adanya keluhan sejak bulan januari hingga bulan agustus 2013 di stasiun Besar Semarang Tawang yang fluktuatif. Ini menjadi gambaran kualitas pelayanan pada PT. KAI DAOP IV Semarang masih perlu diperbaiki karena perusahaan belum benar-benar memberikan pelayanan yang prima kepada pelanggan. Walaupun data tersebut adalah data total keseluruhan penumpang dari berbagai kelas yang ada di stasiun, namun dapat di jadikan tambahan bahwa kualitas pelayanan di stasiun terkait untuk memuaskan pelanggan masih terdapat masalah.

KAJIAN TEORI DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Menurut Uma Sekaran dalam bukunya *Business Research* (2003:46), mengemukakan bahwa kerangka berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang tengah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Kerangka berfikir dalam penelitian perlu dikemukakan apabila berkenaan dengan dua variabel atau lebih.

Jasa adalah suatu kegiatan yang memiliki beberapa unsur ketakberwujudan (*intangibility*) yang berhubungan dengannya, yang melibatkan beberapa interaksi dengan konsumen atau dengan properti dalam kepemilikannya, dan tidak menghasilkan transfer kepemilikan. Perubahan kondisi mungkin saja terjadi dan produksi jasa bisa saja berhubungan atau bisa pula tidak berkaitan dengan produk fisik (Payne, 1993:8). Jasa adalah kegiatan yang dapat diidentifikasi secara tersendiri, pada hakikatnya bersifat tidak teraba, untuk memenuhi kebutuhan dan tidak harus terikat pada penjualan produk atau jasa lain. Dalam menghasilkan jasa bisa diperlukan atau tidak penggunaan nyata. Seandainya penggunaan benda diperlukan namun tidak terdapat pemindaahan hak milik benda itu (Mursid, 2008:116).

Kualitas pelayanan adalah suatu kegiatan yang meliputi kecepatan dalam melayani konsumen, kesediaan untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan penyerahan barang atau produk secara baik (Kotler, 2003:210). Menurut Wayckof dalam Lovelock (Usmara, 2003:231) mengatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi harapan pelanggan.

Harga menurut para ekonom merupakan konsep-konsep yang saling berkaitan satu sama lainnya. Menurut Stanton (1994:307), harga adalah jumlah uang (kemungkinan ditambah beberapa barang) yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya. Sedangkan menurut Swastha (1993: 147), harga adalah sejumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang/jasa beserta pelayanannya. Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa harga yang dibayar oleh pembeli itu sudah termasuk pelayanan yang diberikan oleh penjual.

Menurut Kotler, 1997 dari keseluruhan kegiatan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan pada akhirnya akan bermuara pada nilai yang akan diberikan oleh pelanggan mengenai kepuasan yang dirasakan. Kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk (jasa) yang diterima dan yang diharapkan (Lupiyoadi & Hamdani, 2006:192). Day dalam Tse dan Wilton (Tjiptono, 1997:24) menyatakan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan konsumen adalah respon konsumen terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.

Hipotesis adalah pernyataan sementara atau dugaan tentang suatu hal yang harus diuji kebenarannya (Sugiyono, 2004:51). Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

- 1) Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan
- 2) Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan
- 3) Kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan

METODE PENELITIAN

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah tipe *eksplanatory research*. Eksplanatory Research ini digunakan untuk mengetahui besar kecilnya hubungan dan pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen.

Dalam penelitian ini populasinya adalah calon penumpang kereta api kelas Argo jurusan Semarang-Jakarta yang sedang menunggu di stasiun besar Semarang Tawang dan melakukan perjalanan menuju Jakarta menggunakan kereta api Argo. Peneliti menggunakan rata-rata perminggu jumlah penumpang pada tahun terakhir (tahun 2012) sebanyak 2.415 orang. Sampel yang diambil 96 orang dengan teknik pengambilan sampelnya adalah *purposive sampling* dimana

sampel dilakukan secara tidak acak berdasarkan tujuan pemilihan sampel, yaitu minimal berusia 15 tahun dan menggunakan kereta api kelas Argo jurusan Semarang – Jakarta dalam 1 bulan serta dapat diwawancarai. Skala pengukuran menggunakan skala Likert. Pengumpulan data dengan observasi, wawancara dan studi kepustakaan. Analisis data yang digunakan adalah analisis kualitatif dan analisis kuantitatif (uji validitas, uji reliabilitas, uji regresi linier sederhana, uji regresi berganda, uji korelasi (r), dan uji determinasi) dengan program SPSS 16.0. Sedangkan pengujian hipotesis menggunakan uji signifikansi t dan uji F.

HASIL PENELITIAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan dengan koefisien korelasi sebesar 0,835 dan koefisien determinasi sebesar 68,7%. Harga memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan dengan koefisien korelasi sebesar 0,719 dan koefisien determinasi sebesar 51,7%. Kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan dengan persamaan $Y = 42,194 + 0,308X_1 + 0,289X_2$. Hal ini berarti semakin baik kualitas pelayanan dan harga maka kepuasan pelanggan akan semakin baik.

Secara simultan ada pengaruh dan signifikan antara variabel kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Hasil uji korelasi (R) menunjukkan angka 0,841. Nilai tersebut menunjukkan nilai yang sangat kuat karena perhitungan tersebut terletak pada rentang 0,80–1,000. Hasil uji koefisien determinasi R^2 (R Square) sebesar 0,708 atau 70,8%. Hal ini berarti 70,8% variabel kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan dan harga. Sedangkan sisanya sebesar 29,2% dipengaruhi oleh variabel lain, misalnya promosi dan citra merek. Hasil uji F menunjukkan F_{hitung} sebesar 112,645 dan nilai F_{tabel} sebesar 3,0943 artinya bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga hipotesis ketiga berbunyi “Kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan” pada PT. KAI DAOP IV Semarang diterima.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian menyatakan bahwa kemampuan variabel kualitas pelayanan untuk menjelaskan variabel kepuasan pelanggan sebesar 69,7%, sedangkan sisanya 30,3% dipengaruhi oleh faktor lain dan pengaruhnya bersifat positif. Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang baik mempengaruhi kepuasan penumpang KA. Argo tujuan Semarang-Jakarta yang tinggi pula. Hal ini dapat dilihat dengan adanya pengaruh positif dan signifikan dari variabel tersebut. Kualitas pelayanan erat kaitannya dengan kepuasan pelanggan, dapat dilihat dari sikap penumpang setelah dan selama menggunakan jasa transportasi kereta api argo sebagai salah satu dampak dari kualitas pelayanan tersebut. Sebagaimana pendapat Menurut Wayckof dalam Lovelock (Usmara, 2003:231) mengatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi harapan pelanggan. Dari pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang tidak baik dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Harga mempengaruhi kepuasan pelanggan diperoleh hasil sebesar 0,517 atau 51,7% yang berarti bahwa harga mempengaruhi kepuasan pelanggan, artinya jika harga semakin murah maka pelanggan akan semakin puas. Harga yang dimaksud murah yaitu harga yang sesuai dengan pelayanan yang diberikan, sesuai dengan kemampuan pelanggan dan persaingan harga dengan moda transportasi lain. Hal ini sesuai dengan pendapat Swastha (2002:149) menyatakan bahwa harga sering dijadikan indikator kualitas bagi konsumen. Orang sering memilih harga yang lebih tinggi di antara dua barang atau lebih karena mereka melihat adanya perbedaan, apabila harga lebih tinggi orang cenderung beranggapan bahwa kualitasnya juga baik. Sehingga menciptakan asosiasi tersendiri bagi konsumen untuk membeli sebuah produk/jasa.

Hasil penelitian memaparkan kemampuan variabel kualitas pelayanan dan harga secara simultan (bersama-sama) untuk menjelaskan variabel kepuasan pelanggan sebesar 70,8%. Sedangkan sisanya 29,2% dipengaruhi oleh faktor lain. Dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang baik serta harga yang murah dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan kereta api argo tujuan Semarang-Jakarta pada PT. KAI DAOP IV Semarang. Hal ini dapat dilihat dengan adanya pengaruh signifikan antara variabel kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan pada hakekatnya merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk (jasa) yang diterima dan yang diharapkan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kesimpulan dari hasil penelitian menunjukkan :

1. Kualitas pelayanan kereta api argo jurusan Semarang-Jakarta pada PT. KAI DAOP IV Semarang berdasarkan penelitian ini adalah baik. Diketahui bahwa sebagian responden menyatakan baik yaitu sebanyak 48 orang atau 50%.
2. Harga tiket kereta api argo jurusan Semarang-Jakarta pada PT. KAI DAOP IV Semarang berdasarkan hasil penelitian ini adalah cukup murah. Diketahui bahwa mayoritas responden yaitu sebanyak 64 orang atau 66,7% menyatakan harga tiket kereta api argo cukup murah.
3. Kepuasan pelanggan kereta api argo jurusan Semarang-Jakarta pada PT. KAI DAOP IV Semarang berdasarkan penelitian bahwa mayoritas responden menyatakan cukup puas yaitu 51 responden atau 53,1%.
4. Ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan kereta api argo tujuan Semarang-Jakarta pada PT. KAI DAOP IV Semarang. Hal ini ditunjukkan dengan hasil koefisien determinasi (R Square) variabel kualitas pelayanan mempengaruhi variabel kepuasan pelanggan sebesar 0,697 atau 69,7%. Sehingga pengujian ini menerima hipotesis alternatif yang menyatakan bahwa ada pengaruh antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan atau dengan kata lain variabel kualitas pelayanan secara individu (parsial) mempengaruhi kepuasan pelanggan.
5. Ada pengaruh antara harga terhadap kepuasan pelanggan kereta api argo tujuan Semarang-Jakarta pada PT. KAI DAOP IV Semarang. Hal ini didasarkan pada hasil koefisien determinasi (R Square) variabel harga mempengaruhi variabel kepuasan pelanggan sebesar 0,517 atau 51,7%.. Sehingga pengujian ini menerima hipotesis alternatif yang menyatakan bahwa ada pengaruh antara variabel harga terhadap kepuasan pelanggan atau dengan kata lain variabel harga secara individu (parsial) mempengaruhi kepuasan pelanggan.
6. Ada pengaruh antara kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan kereta api argo tujuan Semarang-Jakarta pada PT. KAI DAOP IV Semarang. Hal ini didasarkan pada hasil koefisien determinasi (R Square) variabel kualitas pelayanan dan harga secara simultan mempengaruhi variabel kepuasan pelanggan sebesar 0,708 atau 70,8%. Sehingga pengujian ini menerima hipotesis alternatif yang menyatakan bahwa ada pengaruh antara variabel kualitas pelayanan dan harga terhadap variabel kepuasan pelanggan atau dengan kata lain variabel kualitas pelayanan dan harga bersama-sama (simultan) mempengaruhi variabel kepuasan pelanggan.

Saran

Secara umum kualitas pelayanan yang diberikan PT. KAI DAOP IV Semarang sudah baik, yang sekiranya perlu dilakukan perusahaan untuk mempertahankannya adalah dengan meningkatkan faktor kualitas pelayanan seperti lebih tepat waktunya kereta tiba di tujuan, meningkatkan kebersihan di dalam kereta, melengkapi sarana dan prasarana yang ada di dalam kereta, mempercepat proses pelayanan pembelian tiket serta meningkatkan kinerja karyawan dengan cepat dan tanggap mengatasi keluhan penumpang.

Harga merupakan faktor utama pelanggan dalam menunjukkan sikap kepuasan setelah menggunakan jasa transportasi tersebut. Perusahaan perlu memperhatikan masalah penentuan harga. Secara umum harga yang ditetapkan oleh PT. KAI DAOP IV Semarang sudah cukup murah dan sesuai dengan yang diharapkan pelanggan, akan tetapi peneliti juga melihat cukup banyaknya keluhan tentang penetapan harga yang dinilai penumpang adalah mahal bila dibandingkan dengan moda transportasi lain seperti harga tiket pesawat terbang, kemampuan serta kurang sesuainya harga tiket dengan pelayanan yang mereka dapatkan. Memperbaharui harga tiket terkait dengan pelayanan yang diberikan, kemampuan pelanggan dan harga tiket moda transportasi lain perlu dilakukan.

Secara umum tingkat kepuasan penumpang kereta api kelas argo jurusan Semarang-Jakarta pada PT. KAI DAOP IV Semarang sudah cukup puas. Untuk itu perusahaan diharapkan dapat mempertahankan atau bahkan meningkatkannya. Salah satunya yang perlu dikaji ulang adalah ketepatan waktu tibanya kereta sehingga tidak mengganggu mobilitas penumpang yang semakin padat, kebersihan kereta dan perawatannya, pemberian pelayanan oleh petugas diperbaiki serta penetapan harga sesuai dengan kemampuan pelanggan dan perbandingan harga tiket dengan moda transportasi lain seperti pesawat terbang.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*, Jilid 1, terjemahan Hendra Teguh. Jakarta: Prehellindo.
- , 2003. *Manajemen Pemasaran*. Edisi kesebelas. Jakarta: Indeks kelompok Gramedia.
- Lupiyoadi dan Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Kedua. Jakarta: Salemba Empat.
- Payne, Adrian. 1993. *The Essence of Service Marketing, Pemasaran Jasa*. Prentice Hall International (UK) Ltd.
- Salim, H.A. Abbas. 1998. *Manajemen Transportasi*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Stanton, William. 1996. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid Kedua, Edisi Ketujuh. Jakarta: Erlangga.
- Swastha, Basu dan Irawan. 1993. *Manajemen Pemasaran Modern*. Edisi Kelima. Yogyakarta: Liberty.
- , 2002. *Manajemen Pemasaran Modern*. Edisi Kedua. Cetakan Kesembilan. Yogyakarta: Liberty.
- Tjiptono, Fandy. 1997. *Prinsip-prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta: Andi.
- Usmara, A. 2003. *Strategi Baru Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Amara.

