# ANALISIS PERBANDINGAN KUALITAS PELAYANAN KELAS EKSEKUTIF DAN EKONOMI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA KERETA API SENJA UTAMA SOLO

(Studi Pada PT. Kereta Api Indonesia DAOP VI Yogyakarta)

SKRIPSI


Ditulis oleh :

| | |
|---|---|
| Nama | : Difa Dhamara Viguna |
| Nomor Mahasiswa | : 14311084 |
| Program Studi | : Manajemen |
| Bidang Konsentrasi | : Operasional |



UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

YOGYAKARTA

2018

**ANALISIS PERBANDINGAN KUALITAS PELAYANAN KELAS EKSEKUTIF DAN EKONOMI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA KERETA API SENJA UTAMA SOLO**
**(Studi Pada PT. Kereta Api Indonesia DAOP VI Yogyakarta)**

SKRIPSI

Ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna memperoleh gelar sarjana strata-1 di Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia


Ditulis oleh :

| | |
|---|---|
| Nama | : Difa Dhamara Viguna |
| Nomor Mahasiswa | : 14311084 |
| Program Studi | : Manajemen |
| Bidang Konsentrasi | : Operasional |



UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA
2018

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

"Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku."

Yogyakarta, 12 November 2018

Penulis,




Dita Dhamara Viguna

**HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI**

ANALISIS PERBANDINGAN KUALITAS PELAYANAN KELAS EKSEKUTIF DAN EKONOMI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA KERETA API SENJA UTAMA SOLO

(Studi Pada PT. Kereta Api Indonesia DAOP VI Yogyakarta)

| | |
|---|---|
| Nama | : Difa Dhamara Viguna |
| Nomor Mahasiswa | : 14311084 |
| Program Studi | : Manajemen |
| Bidang Konsentrasi | : Operasional |

Yogyakarta, 12 November 2018

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing,



Siti Nurul Ngaini, Dra., MM.

**BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR /SKRIPSI**

SKRIPSI BERJUDUL

**ANALISIS PERBANDINGAN KUALITAS PELAYANAN KELAS EKSEKUTIF DAN EKONOMI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA KERETA API SENJA UTAMA SOLO**

Disusun Oleh : **DIFA DHAMARA VIGUNA**

Nomor Mahasiswa : **14311084**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**

Pada hari Selasa, tanggal: 11 Desember 2018

Penguji/ Pembimbing Skripsi : Siti Nurul Ngaini, Dra., MM .....

Penguji : Zaenal Mustofa Elqodri, Dr., MM. .....

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia

Jaka Sriyana, SE., M.Si, Ph.D.

## ABSTRAK

Kereta Api Senja Utama Solo dioperasikan oleh PT KAI DAOP 6 Yogyakarta untuk mempermudah transportasi antara jalur Solo Balapan (Surakarta) – Pasar Senen (Jakarta) PP. Kereta Api Senja Utama Solo memiliki 2 jenis kelas yakni eksekutif dan ekonomi. Kereta Api Senja Utama Solo berusaha mengutamakan pelayanan yang memadai pada setiap kelas untuk mewujudkan kepuasan pelanggan. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui pengaruh setiap dimensi SERVQUAL, dan perbandingan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada kelas ekonomi dan eksekutif. Variabel kualitas pelayanan yang digunakan adalah *tangible, reliability, responsiveness, assurance,* dan *emphaty.* Pengumpulan data diperoleh dari kuesioner yang telah di isi oleh 80 orang pada masing-masing kelas kereta. Metode penelitian ini adalah deskriptif analisis, uji regresi dan uji komparatif. Analisis pengaruh setiap dimensi SERVQUAL diuji dengan uji regresi berganda. Perbandingan kepuasan pelanggan di analisis dengan uji *Independent T test* dan method skala *Liekrt*. Hasil penelitian menunjukkan pada Uji T, kelas ekonomi memiliki pengaruh signifikan secara individu (parsial) pada variabel *reliability, responsiveness, assurance,* sedangkan variabel *tangible dan emphaty* tidak berpengaruh signifikan. Pada kelas eksekutif, variabel *tangible, reliability, responsiveness,* dan *emphaty* memiliki pengaruh signifikan secara parsial, sedangkan variabel *assurance* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan Analisis Indeks Rata-rata tanggapan responden (metode skala *Liekrt)* dan *Independent T Test*, terdapat perbedaan rata-rata setiap variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil menunjukkan bahwa kelas eksekutif memiliki kepuasan yang lebih unggul dibanding kelas ekonomi.



Kata Kunci : Dimensi SERVQUAL, Metode Skala *Liekrt*, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, *Independent T Test*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya kepada Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis senantiasa diberi kemudahan dan kelancaran dalam menyelesaikan Skripsi ini yang berjudul **"Analisis Perbandingan Kualitas Pelayanan Kelas Eksekutif dan Ekonomi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kereta Api Senja Utama Solo".** Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana, jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia. Pada penyusunan skripsi, banyak pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Siti Nurul Ngaini, Dra., MM. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah membimbing, memberikan arahan, dan memberikan waktu yang telah diluangkan hingga Skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Bapak Zaenal Mustifa Elqodri, Dr., M.M. selaku Dosen Penguji Skripsi yang telah meluangkan waktunya, mengkoreksi dan memberikan arahan untuk menyempurnakan skripsi ini.
3. Kedua Orang Tua penulis Irkar Yuswan Apendi, Drs., M.M. dan Kusumastuti, Dra., Kakak dan Adik penulis Dimas Reza Pahlevi dan Dhorifah Nazwa Mustafida yang selalu memberikan dorongan, semangat dan doa yang selalu diberikan untuk segala kelancaran dalam pengerjaan Skripsi.
4. Galuh Primardianti Soeprapto yang selalu mendukung, memberi semangat dan selalu menemani dalam pengerjaan penyusunan Skripsi.
5. Bapak Jaka Sriyana, SE., M.Si., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia
6. Bapak Arif Hartono, Drs., MHRM., Ph.D. selaku Ketua Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia
7. Seluruh Dosen Jurusan Manajemen yang telah membimbing, dan memberikan ilmu-ilmu yang sangat bermanfaat selama masa perkuliahan.

Dan karyawan Fakultas Ekonomi yang telah membantu dalam proses penyusunan Skripsi.

8. PT. Kereta Api Indonesia DAOP 6 Yogyakarta, seluruh petugas Kereta Api Senja Utama Solo yang telah membantu dalam melakukan penelitian, serta seluruh penumapang Kereta Api Senja Utama Solo yang telah menjadi responden dan meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner.
9. Keluarga Besar penulis yang selalu memberikan doa dan dukungan dalam menyelesaikan Skripsi.
10. Roykhan Azmi, Farkhan Adi Nugroho, Fikri M. Fahmi, Mirza Mahdi, teman-teman yang selalu memberikan ruang diskusi dan mendukung kelancaran penyusunan Skripsi.
11. Teman-teman Anak Muda Kita yang selalu memberikan doa dan dorongan untuk menyelesaikan penyusunan Skripsi.
12. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah memberikan dukungan.

Akhir kata, dalam penyusunan Skripsi ini penulis menyadari bahwa Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena masih banyak informasi yang belum tersaji baik materi maupun teknik penyajiannya, mengingat kurangnya pengetahuan dan pengalaman penulis. Oleh karena itu, saran dan kritik sangat penulis harapkan guna perbaikan karya peyusun selanjutnya. Semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan semua pembaca.

Yogyakarta, 12 November 2018

Difa Dhamara Viguna

# DAFTAR ISI

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME ..... iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI ..... iv
ABSTRAK ..... vi
KATA PENGANTAR ..... vii
DAFTAR ISI ..... ix
DAFTAR TABEL ..... xi
DAFTAR GAMBAR ..... xiii
DAFTAR LAMPIRAN ..... xiv
BAB I PENDAHULUAN ..... 1
1.1. Latar Belakang Masalah ..... 1
1.2. Rumusan Masalah ..... 4
1.3. Tujuan Penelitian ..... 5
1.4. Manfaat Penelitian ..... 5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA ..... 7
2.1. Landasan Teori ..... 7
2.1.1. Gambaran Umum Perusahaan ..... 7
2.1.2. Konsep Layanan ..... 14
2.1.3. Konsep Kualitas ..... 15
2.1.4. Kualitas Pelayanan ..... 16
2.1.5. Kepuasan Konsumen ..... 22
2.2. Hubungan Antar Variabel ..... 24
2.3. Penelitian Terdahulu ..... 24
2.4. Kerangka Berpikir ..... 27
2.5. Hipotesis ..... 28
BAB III METEDOLOGI PENELITIAN ..... 29
3.1 Populasi dan Sampel ..... 29
3.2 Jenis dan Teknik Pengumpulan Data ..... 31
3.3 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional ..... 31
3.3.1 Variabel Penelitian ..... 31
3.3.2 Definisi Operasional Variabel ..... 32
3.4 Metode Analisis Data ..... 35
3.4.1 Analisis Deskriptif dan Indeks Jawaban ..... 35

3.4.2 Uji Kualitas Data ..... 35
3.4.3 Analisis Kuantitatif ..... 36
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN ..... 42
4.1. Karateristik Responden ..... 42
4.1.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ..... 43
4.1.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur ..... 43
4.1.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan ..... 44
4.1.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan ..... 45
4.1.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Kereta Api ..... 46
4.2. Analisis Deskripsi Variabel dan Indeks Jawaban ..... 47
4.2.1. Analisis Deskripsi Variabel *Tangible* ..... 48
4.2.2. Analisis Deskripsi Variabel *Reliability* ..... 51
4.2.3. Analisis Deskripsi Variabel *Responsiveness* (Ketanggapan) ..... 53
4.2.4. Analisis Deskripsi Variabel *Assurance* (Jaminan) ..... 55
4.2.5. Analisis Deskripsi Variabel *Emphaty* (Empati) ..... 58
4.2.6. Analisis Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan ..... 60
4.3. Hasil Uji Instumental ..... 63
4.3.1 Hasil Uji Validitas ..... 63
4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas ..... 64
4.4. Uji Asumsi Klasik ..... 65
4.4.1 Uji Normalitas ..... 65
4.4.2 Uji Multikolinearitas ..... 67
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas ..... 69
4.5. Hasil Uji Regresi Linear Berganda ..... 70
4.6. Analisis Perbandingan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan ..... 80
BAB V KESIMPULAN ..... 86
5.1. Kesimpulan ..... 86
5.2. Saran ..... 88
DAFTAR PUSTAKA ..... 91
LAMPIRAN ..... 93

# DAFTAR TABEL


Tabel 1.1. Volume Penumpang Kereta Api Per Tahun ..... 1

Tabel 1.2. Volume Penumpang Kereta Api DAOP VI Yogyakarta ..... 2

Tabel 4.1. Hasil Pengumpulan dan Tingkat Pengembalian Kuesioner ..... 42

Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ..... Menurut Kelas Kereta ..... 43

Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur ..... Menurut Kelas Kereta ..... 44

Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan ..... Menurut Kelas Kereta ..... 44

Tabel 4.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan ..... Menurut Kelas Kereta ..... 45

Tabel 4.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi ..... Penggunaan Menurut Kelas Kereta ..... 46

Tabel 4.7. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel *Tangible* ..... 48

Tabel 4.8. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel *Reliability* ..... 51

Tabel 4.9. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel *Responsiveness* ..... 53

Tabel 4.10. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel *Assurance* ..... 56

Tabel 4.11. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel *Emphaty* ..... 58

Tabel 4.12. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel ..... Kepuasan Pelanggan ..... 61

Tabel 4.13. Hasil Uji Validitas ..... 63

Tabel 4.14. Hasil Uji Reliabilitas ..... 65

Tabel 4.15. Hasil Uji Normalitas Data Kelas Ekonomi ..... 66

Tabel 4.16. Hasil Uji Normalitas Data Kelas Eksekutif ..... 67

Tabel 4.17. Hasil Uji Multikolinearitas Kelas Ekonomi ..... 68

Tabel 4.18. Hasil Uji Multikolinearitas Kelas Eksekutif ..... 68

Tabel 4.19. Hasil Regresi Linear Berganda Kelas Ekonomi ..... 71

Tabel 4.20. Hasil Regresi Uji F Kelas Ekonomi ..... 72

Tabel 4.21. Hasil Uji T Kelas Ekonomi ..... 73

Tabel 4.22. Hasil Regresi Koefisien Determinan Kelas Ekonomi ..... 75

Tabel 4.23. Hasil Regresi Linear Berganda Kelas Eksekutif ..... 76

Tabel 4.24. Hasil Regresi Uji F Kelas Eksekutif ..... 77

Tabel 4.25. Hasil Regresi Uji T Kelas Eksekutif ..... 77

Tabel 4.26. Hasil Regresi Koefisien Determinan Kelas Eksekutif ..... 79
Tabel 4.27. Perbandingan Indeks Rata-Rata Tanggapan Responden .....
Kelas Ekonomi dan Eksekuti Tentang Kualitas Pelayanan .....
dan Kepuasan Pelanggan ..... 80
Tabel 4.28. Hasil Perbandingan Rata-rata pada Uji *Independent T Test* ..... 83
Tabel 4.29. Hasil Uji Statistik *Independen T Test* ..... 84

# DAFTAR GAMBAR


Gambar 2.1 Nilai Utama PT. Kereta Api Indonesia (Persero) ..... 10

Gambar 2.2 Logo PT. Kereta Api Indonesia (Persero)..... 12

Gambar 2.3 Struktur Organisasi PT. Kereta Api (Persero) Daop 6 Yogyakarta..... 14

Gambar 2.4 Tingkat Kepuasan Konsumen..... 22

Gambar 2.5 Kerangka Pemikiran Teoritis ..... 28

# DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner ..... 93
Lampiran 2. Hasil Tanggapan Responden ..... 99
Lampiran 3. Hasil-Hasil Uji Analisis ..... 107

# BAB I
# PENDAHULUAN

## 1.1. Latar Belakang Masalah

PT Kereta Api Indonesia (Persero) merupakan sebuah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bertujuan untuk melaksanakan dan mendukung kebijaksanaan dan program pemerintah di bidang ekonomi dan pembangunan nasional, khususnya di bidang transportasi, dengan menyediakan barang dan jasa yang bermutu tinggi dan berdaya saing kuat untuk dapat melakukan ekspansi baik di pasar domestik maupun internasional di bidang perkeretaapian. Usaha tersebut meliputi usaha pengangkutan orang dan barang dengan kereta api, kegiatan perawatan dan pengusahaan prasarana perkeretaapian, pengusahaan bisnis properti secara profesional, serta pengusahaan bisnis penunjang prasarana dan sarana kereta api secara efektif untuk kemanfaatan umum (KAI, 2013).

Tabel 1.1. Volume Penumpang Kereta Api Per Tahun

| Wilayah Kereta Api | Jumlah Penumpang Kereta Api (Ribu Orang) | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 (Agustus) |
| Jabodetabek | 208496 | 257531 | 280589 | 315854 | 222614 |
| Non Jabodetabek (Jawa) | 64108 | 63090 | 65249 | 70508 | 50417 |
| Sumatera | 4904 | 5324 | 5981 | 6907 | 5095 |
| Total | 277508 | 325945 | 351819 | 393269 | 278126 |

Sumber : bps.go.id, 2018

Dari data diatas dapat dilihat bahwa volume peumpang Kereta Api di Indonesia selalu mengalami kenaikan dari tahun 2014 – 2017, yang artinya masyarakat Indonesia sangat antusias menggunakan Kereta api sebagai jasa transportasi. Hal ini perlu menjadi acuan bagi PT. Kereta Api Indonesia agar selalu memberikan pelayanan yang terbaik terhadap pelanggan kereta api. Untuk volume penumpang kereta api tahun 2017-2018 belum mengalami kenaikan, hal ini dikarenakan data pada tahun 2018 baru sampai bulan Agustus.

PT. Kereta Api Indonesia DAOP VI Yogyakarta merupakan daerah operasi perkeretaapian yang membawahi beberapa stasiun, diantaranya Stasiun Yogyakarta, Lempuyangan, Klaten, Solo Balapan, Purwosari, dan Solo Jebres. Ada dua dolongan kereta api yaitu kereta api penumpang dan kereta api barang. Kereta api penumpang dikelompokan dalam tiga kelas, yaitu eksekutif, bisnis dan ekonomi.

Tabel 1.2. Volume Penumpang Kereta Api DAOP VI Yogyakarta

| Kelas Kereta Api | Jumlah Penumpang Kereta Api | |
|---|---|---|
| | 2016 | 2017 |
| Eksekutif | 6.227 | 7.398 |
| Bisnis | 2.828 | 3.161 |
| Ekonomi | 12.047 | 16.509 |

Sumber : PT. KAI DAOP VI Yogyakarta, 2018

Dari data diatas dapat dilihat bahwa jumlah penumpang kereta api yang beroperasi di DAOP VI Yogyakarta mengalami kenaikan pada tahun 2016-2017. Pada kelas eksekutif mengalami kenaikan 1.171 penumpang, kelas bisnis mengalami kenaikan 333 penumpang dan kelas ekonomi 4.462 penumpang. Hal ini dapat disimpulkan bahwa pelayanan yang diberikan PT. Kereta Api DAOP VI sangat disukai pelanggan kereta api sehingga memunculkan kepuasan pelanggan terhadap jasa transportasi kereta api.

Dalam rangka mempermudah transportasi antara jalur Solo Balapan (Surakarta) – Pasar Senen (Jakarta) PP, PT. Kereta Api Indonesia DAOP VI Yogyakarta mengoperasikan Kereta Api Senja Utama Solo kelas eksekutif dan kelas ekonomi. Untuk menjaring konsumen agar bersedia menggunakan Kereta Api Senja Utama Solo, PT. Kereta Api DAOP VI Yogyakarta berusaha mengutamakan pelayanan yang memadai, menetapkan harga sesuai dengan kondisi perekonomian saat ini, serta membangun dan mewujudkan kepuasan pelanggan pengguna kereta api.

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Bila kinerja melebihi harapan mereka akan merasa puas dan

sebaliknya bila kinerja tidak sesuai harapan maka akan kecewa (Kotler, 2001). Untuk mewujudkan kepuasan pelanggan pengguna kereta api Senja Utama Solo, PT. Kereta Api harus memberikan kualitas pelayanan yang sangat baik, sehingga pengguna kereta api akan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan dan akan terus mengulang untuk menggunakan kembali jasa Kereta Api. Kepuasan pelanggan merupakan kunci keberhasilan perusahaan, jika konsumen puas maka akan menggunakan kembali jasa tersebut.

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai kepedulian perusahaan dalam melayani pelanggan. Kualitas pelayanan bersifat dinamis yaitu selalu berubah mengikuti keninginan konsumen. Dalam menarik konsumennya, PT. Kereta Api Indonesia memberikan pelayanan salah satunya dalam hal pemesanan tiket. Saat ini pelanggan kelas eksekutif maupun ekonomi dapat memesan tiket kereta 90 hari keberangkatan melalui loket stasiun, minimarket ataupun website resmi PT. Kereta Api. Jika jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk. (Tjiptono, 2007). Untuk mengukur kualitas pelayanan, Parasuraman (1998) menggunakan model yang dinamakan SERVQUAL dengan lima dimensi yaitu *tangibles, reliability, responsiveness, assurance* dan *emphaty.*

Dalam melayani penumpang, Kereta Api Senja Utama Solo memberikan pelayanan dengan membuka dua kelas, yaitu kelas eksekutif dan ekonomi. Pelayanan yang diberikan terhadap konsumen bertujuan untuk memenuhi harapan dan keinginan konsumen sehingga diharapkan terwujudnya kepuasan konsumen. Dalam melakukan proses pemilihan antara kelas eksekutif dan ekonomi, konsumen tidak hanya melihat dari fasilitas yang ada, namun menyangkut tentang pelayanan yang diberikan pihak perusahaan terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen. Adanya pilihan kelas eksekutif dan ekonomi membuat konsumen cenderung lebih selektif dan kritis terhadap apa yang diinginkannya, sehingga

konsumen akan membandingkan anatara kelas eksekutif dan ekonomi yang dapat memenuhi harapan dan keinginan konsumen dalam menentukan pilihan jasa Kereta Api Senja Utama Solo.

Penelitian ini bertujuan untuk membandingkan kualitas pelayanan kelas eksekutif dan ekonomi terhadap kepuasan pelanggan Kereta Api Senja Utama Solo. Perbandingan ini diharapkan akan menjadi acuan bagi PT. Kereta Api untuk memberikan pelayanan yang lebih baik lagi dan bagi konsumen akan menjadi acuan untuk memilih kelas kereta sesuai dengan kebutuhan konsumen.

## 1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan diatas, maka secara terperinci masalah yang akan diteliti adalah kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Kereta Api Senja Utama Solo pada kelas eksekutif dan kelas ekonomi.

Dari masalah diatas maka dapat diperoleh rumusan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh dimensi *tangible* terhadap kepuasan pelanggan pengguna kelas eksekutif dan ekonomi kereta api Senja Utama Solo ?
2. Bagaimana pengaruh dimensi *reliability* terhadap kepuasan pelanggan pengguna kelas eksekutif dan ekonomi kereta api Senja Utama Solo ?
3. Bagaimana pengaruh dimensi *responsiveness* terhadap kepuasan pelanggan pengguna kelas eksekutif dan ekonomi kereta api Senja Utama Solo ?
4. Bagaimana pengaruh dimensi *assurance* terhadap kepuasan pelanggan pengguna kelas eksekutif dan ekonomi kereta api Senja Utama Solo ?
5. Bagaimana pengaruh dimensi *emphaty* terhadap kepuasan pelanggan pengguna kelas eksekutif dan ekonomi kereta api Senja Utama Solo ?
6. Bagaimana perbandingan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan antara kelas eksekutif dan ekonomi pengguna kereta api Senja Utama Solo ?

## 1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan tentunya memiliki tujuan-tujuan tertentu. Adapun yang menjadi tujuan dilakukan penelitian ini adalah :

1. Menganalisis serta mendeskripsikan pengaruh dimensi *tangible* kelas eksekutif dan ekonomi terhadap kepuasan pelanggan pengguna kereta api Senja Utama Solo
2. Menganalisis serta mendeskripsikan pengaruh dimensi *reliability* kelas eksekutif dan ekonomi terhadap kepuasan pelanggan pengguna kereta api Senja Utama Solo
3. Menganalisis serta mendeskripsikan pengaruh dimensi *responsiveness* kelas eksekutif dan ekonomi terhadap kepuasan pelanggan pengguna kereta api Senja Utama Solo
4. Menganalisis serta mendeskripsikan pengaruh dimensi *assurance* kelas eksekutif dan ekonomi terhadap kepuasan pelanggan pengguna kereta api Senja Utama Solo
5. Menganalisis serta mendeskripsikan pengaruh dimensi *emphaty* kelas eksekutif dan ekonomi terhadap kepuasan pelanggan pengguna kereta api Senja Utama Solo
6. Menganalisis serta mendeskripsikan perbandingan kepuasan pelanggan kelas eksekutif dan ekonomi berdasarkan kualitas pelayanan pengguna kereta api Senja Utama Solo

## 1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi peneliti, manfaatnya adalah :
    a) Menambah ilmu pengetahuan mengenai kualitas pelayanan pada jasa transportasi kereta api
    b) Menambah ilmu pengetahuan mengenai kepuasan pelanggan pada jasa transportasi kereta api

c) Dapat menghasilkan penelitian yang berkaitan dengan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan untuk membandingkan kelas eksekutif dan ekonomi Kereta Api Senja Utama Solo.

2. Bagi Pembaca, manfaatnya adalah :
    a) Menambah wawasan mengenai perbandingan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Kereta Api Senja Utama Solo.
3. Bagi PT. Kereta Api Senja Utama Solo, manfaatnya adalah :
    a) Menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan untuk terus memperbaiki dan mengembangkan dari segi kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan kereta api.
    b) Menjadi pedoman perusahaan untuk mengevaluasi dalam memperbaiki dan mengembangkan dari segi kualitas pelayanan.

# BAB II
# TINJAUAN PUSTAKA

## 2.1. Landasan Teori

### 2.1.1. Gambaran Umum Perusahaan

A. Sejarah PT. Kereta Api Indonesia (Persero)

Kehadiran kereta api di Indonesia ditandai dengan pencangkulan pertama pembangunan jalan KA di desa Kemijen, Jum'at tanggal 17 Juni 1864 oleh Gubernur Jenderal Hindia Belanda, Mr. L.A.J Baron Sloet van den Beele. Pembangunan diprakarsai oleh Naamlooze Venootschap Nederlandsch Indische Spoorweg Maatschappij (NV. NISM) yang dipimpin oleh Ir. J.P de Bordes dari Kemijen menuju desa Tanggung (26 Km) dengan lebar sepur 1435 mm. Ruas jalan ini dibuka untuk angkutan umum pada hari Sabtu, 10 Agustus 1867. Keberhasilan swasta, NV. NISM membangun jalan KA antara Kemijen - Tanggung, yang kemudian pada tanggal 10 Februari 1870 dapat menghubungkan kota Semarang - Surakarta (110 Km), akhirnya mendorong minat investor untuk membangun jalan KA di daerah lainnya. Tidak mengherankan, kalau pertumbuhan panjang jalan rel antara 1864 - 1900 tumbuh de-ngan pesat. Kalau tahun 1867 baru 25 Km, tahun 1870 menjadi 110 Km, tahun 1880 mencapai 405 Km, tahun 1890 menjadi 1.427 Km dan pada tahun 1900 menjadi 3.338 Km.

Selain di Jawa, pembangunan jalan KA juga dilakukan di Aceh (1874), Sumatera Utara (1886), Sumatera Barat (1891), Sumatera Selatan (1914), bahkan tahun 1922 di Sulawasi juga telah dibangun jalan KA sepanjang 47 Km antara Makasar-Takalar, yang pengoperasiannya dilakukan tanggal 1 Juli 1923, sisanya Ujungpandang - Maros belum sempat diselesaikan. Sedangkan di Kalimantan, meskipun belum sempat dibangun, studi jalan KA Pontianak - Sambas (220 Km) sudah diselesaikan. Demikian juga di pulau Bali dan Lombok, pernah dilakukan studi pembangunan jalan KA. Sampai dengan tahun 1939, panjang jalan

KA di Indonesia mencapai 6.811 Km. Tetapi, pada tahun 1950 panjangnya berkurang menjadi 5.910 km, kurang Iebih 901 Km raib, yang diperkirakan karena dibongkar semasa pendudukan Jepang dan diangkut ke Burma untuk pembangunan jalan KA di sana.

Jenis jalan rel KA di Indonesia semula dibedakan dengan lebar sepur 1.067 mm; 750 mm (di Aceh) dan 600 mm di beberapa lintas cabang dan tram kota. Jalan rel yang dibongkar semasa pendudukan Jepang (1942 - 1943) sepanjang 473 Km, sedangkan jalan KA yang dibangun semasa pendudukan Jepang adalah 83 km antara Bayah - Cikara dan 220 Km antara Muaro - Pekanbaru. Ironisnya, dengan teknologi yang seadanya, jalan KA Muaro - Pekanbaru diprogramkan selesai pembangunannya selama 15 bulan yang mempekerjakan 27.500 orang, 25.000 diantaranya adalah Romusha. Jalan yang melintasi rawa-rawa, perbukitan, serta sungai yang deras arusnya ini, banyak menelan korban yang makamnya bertebaran sepanjang Muaro- Pekanbaru.

Setelah kemerdekaan Indonesia diproklamir-kan pada tanggal 17 Agustus 1945, karyawan KA yang tergabung dalam Angkatan Moeda Kereta Api (AMKA) mengambil alih kekuasa-an perkeretaapian dari pihak Jepang. Peristiwa bersejarah tersebut terjadi pada tanggal 28 September 1945. Pembacaan pernyataan sikap oleh Ismangil dan sejumlah anggota AMKA lainnya, menegaskan bahwa mulai tanggal 28 September 1945 kekuasaan perkeretaapian berada di tangan bangsa Indonesia. Orang Jepang tidak diperbolehkan campur tangan lagi urusan perkeretaapi-an di Indonesia. Inilah yang melandasi ditetapkannya 28 September 1945 sebagai Hari Kereta Api di Indonesia, serta dibentuknya Djawatan Kereta Api Republik Indonesia (DKARI).

Tabel 2.1. Sejarah Singkat PT. Kereta Api Indonesia (Persero)

| Periode | Status | Dasar Hukum |
|---|---|---|
| Th. 1864 | Pertama kali dibangun Jalan Rel sepanjang 26 km antara Kemijen Tanggung oleh Pemerintah Hindia Belanda | |
| 1864 s.d 1945 | Staat Spoorwegen (SS) Verenigde Spoorwegenbedrifj (VS) Deli Spoorwegen Maatschappij (DSM) | IBW |
| 1945 s.d 1950 | DKA | IBW |
| 1950 s.d 1963 | DKA – RI | IBW |
| 1963 s.d 1971 | PNKA | PP. No. 22 Th. 1963 |
| 1971 s.d 1991 | PJKA | PP. No. 61 Th. 1971 |
| 1991 s.d 1998 | PERUMKA | PP. No. 57 Th. 1990 |
| 1998 s.d 2010 | PT. KERETA API (Persero) | PP. No. 19 Th. 1998<br>Keppres No. 39 Th. 1999<br>Akte Notaris Imas Fatimah |
| Mei 2010 s.d Sekarang | PT. KERETA API INDONESIA (PERSERO) | Instruksi Direksi No. 16/OT.203/KA 2010 |

Sumber: PT. KAI DAOP 6 Yogyakarta, 2018

PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi 6 Yogyakarta atau disingkat dengan PT. KAI (Persero) Daop 6 Yogyakarta adalah salah satu daerah operasi perkereta-apian di Indonesia, khususnya di pulau jawa. Daop 6 Yogyakarta di pimpin oleh seorang Executive Vice President (EVP) dan bertanggung jawab kepada Direksi PT Kereta Api Indonesia (Persero).

B. Visi dan Misi PT. Kereta Api Indonesia (Persero)

Visi Perusahaan

Menjadi penyedia jasa perkeretaapian terbaik yang fokus pada pelayanan dan memenuhi harapan stakeholders.

Misi Perusahaan

Menyelenggarakan bisnis perkeretaapian dan bisnis usaha penunjangnya, melalui praktek bisnis dan model organisasi terbaik untuk memberikan nilai tambah yang tinggi bagi stakeholders dan kelestarian lingkungan berdasarkan 4 pilar utama : Keselamatan, Ketepatan waktu, Pelayanan dan Kenyamanan.

C. Tujuan Perusahaan

Melaksanakan dan mendukung kebijakan dan program pemerintah di bidang ekonomi dan pembangunan nasional, khususnya di bidang transportsi, dengn menyediakan barang-jasa yang bermutu tinggi dan berdaya saing kuat untuk dapat melakukan ekspansi baik dipasar domestik maupun internasional di bidang perkeretaapian, yang meliputi usaha pengangkutan orang dan barang dengan Kereta Api (KA), kegiatan perawatan dan pengusahaan prasarana perkeretaapian, pengusahaan bisnis property secara profesional, serta pengusahaan bisnis penunjang prasarana dan sarana KA secara efektif untuk kemanfaatan umum.

D. Budaya Perusahaan

Gambar 2.1 Nilai Utama PT. Kereta Api Indonesia (Persero)




Sumber: PT. KAI DAOP 6 Yogyakarta, 2018

1. INTEGRITAS

   Kami insan PT. KERETA API INDONESIA (PERSERO) bertindak konsisten sesuai dengan nilai-nilai kebijakan organisasi dan kode etik perusahaan. Memiliki pemahaman dan keinginan untuk menyesuaikan diri dengan kebijakan dan etika tersebut dan bertindak secara konsisten walaupun sulit untuk melakukannya.

2. PROFESIONAL

   Kami insan PT. KERETA API INDONESIA (PERSERO) memiliki kemampuan dan penguasaan dalam bidang pengetahuan yang terkait dengan pekerjaan, mampu menguasai untuk menggunakan, mengembangkan, membagikan pengetahuan yang terkait dengan pekerjaan kepada orang lain.

3. KESELAMATAN

   Kami insan PT. KERETA API INDONESIA (PERSERO) memiliki sifat tanpa kompromi dan konsisten dalam menjalankan atau menciptakan sistem atau proses kerja yang mempunyai potensi resiko yang rendah terhadap terjadinya kecelakaan dan menjaga aset perusahaan dari kemungkinan terjadinya kerugian.

4. INOVASI

   Kami insan PT. KERETA API INDONESIA (PERSERO) selalu menumbuh kembangkan gagasan baru, melakukan tindakan perbaikan yang berkelanjutan dan menciptakan lingkungan kondusif untuk berkreasi sehingga memberikan nilai tambah bagi stakeholder.

5. PELAYANAN PRIMA

   Kami insan PT. KERETA API INDONESIA (PERSERO) akan memberikan pelayanan yang terbaik yang sesuai dengan standar mutu yang memuaskan dan sesuai harapan atau melebihi harapan pelanggan dengan memenuhi 6 A unsur pokok: Ability (Kemampuan), Attitude

(Sikap), Appearance (Penampilan), Attention (Perhatian), Action (Tindakan), dan Accountability (Tanggung jawab).

E. Logo

Gambar 2.2 Logo PT. Kereta Api Indonesia (Persero)




Sumber: PT. KAI DAOP 6 Yogyakarta, 2018

- ✓ 3 Garis melengkung melambangkan gerakan yang dinamis PT. Kereta Api Indonesia (Persero) dalam mencapai Visi dan Misinya.
- ✓ 2 Garis warna orange melambangkan proses Pelayanan Prima (Kepuasan Pelanggan) yang ditujukan kepada pelanggan internal dan eksternal.
- ✓ Anak panah berwarna putih melambangkan Nilai Integritas, yang harus dimiliki insan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) dalam mewujudkan Pelayanan Prima.
- ✓ 1 Garis lengkung berwarna biru melambangkan semangat Inovasi yang harus dilakukan dalam memberikan nilai tambah ke stakeholders. (Inovasi dilakukan dengan semangat sinergi di semua bidang dan dimulai dari hal yang paling kecil sehingga dapat melesat).

F. Slogan Perusahaan

"Anda Adalah Prioritas Kami"

Makna slogan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) diatas bahwa, Anda adalah pelanggan yang terdiri dari pelanggan internal didalam lingkungan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) dan pelanggan eksternal di luar lingkungan PT. Kereta Api Indonesia (Persero). Pelanggan harus

menjadi prioritas dalam pencapaian pelayanan. Untuk mencapai pelayanan diperlukan kerjasama antar individu dan bagian.

G. Struktur Organisasi

1. Struktur Organisasi PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Pusat

PT. Kereta Api Indonesia (Persero) memiliki sembilan Daerah Operasi (Daop) di Jawa serta tiga Divisi Regional (Divre) dan satu Sub Divre di Sumatra. Kesembilan Daop, ketiga Divre, dan Sub Divre tersebut adalah :

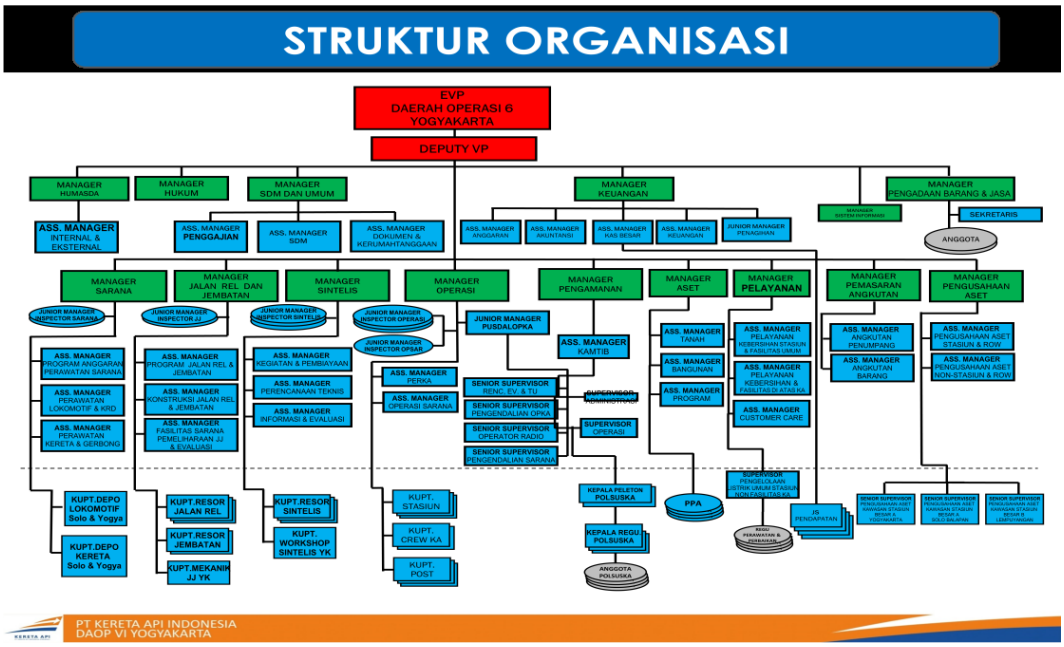
a. Daerah operasi1 Jakarta
b. Daerah operasi 2 Bandung
c. Daerah operasi 3 Cirebon
d. Daerah operasi 4 Semarang
e. Daerah operasi 5 Purwokerto
f. Daerah operasi 6 Yogyakarta
g. Daerah operasi 7 Madiun
h. Daerah operasi 8 Surabaya
i. Daerah operasi 9 Jember
j. Divre 1 Sumatra Utara
k. Divre 2 Sumatra Barat
l. Divre 3 Sumatra Selatan
m. Sub Divre Sumatra Selatan

2. Struktur Organisasi PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 6 Yogyakarta

PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 6 Yogyakarta adalah salah satu daerah operasi perkeretaapian di Indonesia, khususnya di Pulau Jawa. Daop 6 Yogyakarta dipimpin oleh seorang *Executive Vice President* (EVP) dan bertanggung jawab kepada Direksi PT. Kereta Api Indonesia (Persero). EVP dibantu oleh *Deputy Executive Vice President* (DEVP) sebagai wakilnya serta membawahi beberapa Manajer yaitu Manajer Hubungan Masyarakat Daerah (Humasda), Manajer Hukum, Manajer

Sumber Daya Manusia (SDM) dan Umum, Manajer Keuangan, Manajer Pengadaan Barang dan Jasa, Manajer Sarana, Manajer Jalan Rel dan Jembatan, Manajer Sintelis, Manajer Operasi, Manajer Pengamanan, Manajer Aset, Manajer Pelayanan, Manajer Pemasaran Angkutan, serta Maanajer Pengusahaan Aset.

Gambar 2.3 Struktur Organisasi PT. Kereta Api (Persero) Daop 6 Yogyakarta




Sumber: PT. KAI DAOP 6 Yogyakarta, 2018

### 2.1.2. Konsep Layanan

Konsep layanan dapat dilihat dari 2 sudut pandang, yaitu :

- Sudut pandang perusahaan : cara atau jalan dimana perusahaan menginginkan jasanya dipersepsikan oleh konsumen, karyawan, *shareholder,* dan kreditur
- Sudut pandang konsumen : cara atau jalan dimana konsumen memperepsikan jasa dari perusahaan

Menurut Gronroos (1990:27), pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang

terjadi akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan.

Menurut Olsen dan Wyckoff dalam Yamit (2010), jasa pelayanan adalah sekelompok manfaat yang bedaya guna baik secara eksplisit maupun implisit atas kemudahan untuk mendapatkan barang maupun jasa pelayanan.

### 2.1.3. Konsep Kualitas

Menurut Davis dalam Yamit (2010), definisi kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Pendekatan yang dikemukakan Goetsch Davis ini menegaskan bahwa kualitas bukan hanya menekankan pada aspek hasil akhir, yaitu produk dan jasa tetapi juga menyangkut kualitas manusia, kualitas proses dan kualitas lingkungan. Sangatlah mustahil menghasilkan produk dan jasa yang berkualitas tanpa manusia dan proses yang berkualitas.

Menurut Garvin dalam Yamit (2010) terdapat lima pendekatan perspektif kualitas yang dapat digunakan oleh para praktisi bisnis, yaitu:

1. *Transcendental Approach*

   Kualitas dalam pendekatan ini adalah sesuatu yang dapat di rasakan, tetapi sulit di definisikan dan di operasionalkan maupubn di ukur. Perspektif ini umumnya di terapkan dalam karya seni seperti seni music, seni tari, seni drama, dan seni rupa. Untuk produk dan jasa pelayanan dapat mempromosikan dengan mengunakan pernyataan-pernyataan seperti kelembutan dan kehalusan kulit (sabun mandi), kecantikan wajah (kosmetik), pelayanan prima (bank) dan tempat berbelanja yang nyaman (mall). Definisi ini sangat sulit untuk di jadikan sebagai dasar perencanaan dalam manajemen kualitas.

2. *Product-based Approach*

   Kualitas dalam pendekatan ini adalah suatu karakteristik atau atribut yang dapat diukur. Perbedaan kulitas mencerminkan adanya perbedaan atribut

yang di miliki produk secara objektif, tetapi pendekatan ini tidak dapat menjelaskan perbedaan dalam selera dan preferensi individual.

3. *User-bassed Approach*

   Kualitas dalam pendekatan iniu di dasarkan pada pemikiran bahwa kualitas tergantung pada orang yang memandangnya, dan produk yang paling memuaskan prefernsi seseorang atau cocok dengan selera (*fitness for used*) merupakan produk yang berkualitas paling tinggi. Pandangan yang subjektif ini mengakibatkan konsumen yang berbeda memiliki kebutuhan dan keinginian yang berbeda pula, sehingga kualitas bagi seseorang adalah kepuasan maksimum yang di rasakannya.

4. *Manufacturing-based Approach*

   Kualitas dalam pendekatan ini bersifat supply-based atau terdiri dari sudut pandang produsen yang mengidentifikasi kualitas sebagai sesuatu yang sesuai dengan persyaratan (*conformance quality*) dan prosedur. Pendekatan ini berfokus pada kesesuaian spesifikasi yang di tetapkan perusahaan secara internal. Oleh karena itu yang menentukan kualitas adalah standar-standar yang di tetepkan perusahaan, dan bukan konsumen yang menggunakannya.

5. *Value-based approach*

   Kualitas dalam pendekatan ini adalah mnemandang kualitas dari segi nilai dan harga. Kualitas di definisikan sebagai "*affordable excellent*". Oleh karna itu kualitas dalam pandangan ini bersifat relative. Sehingga produk yang memiliki kualitas paling tinggi belum tentu produk yang paling bernilai. Produk yang paling bernilai adalah produk yang paling tepat beli.

### 2.1.4. Kualitas Pelayanan

Menurut Olsen dan Wyckoff (Yamit, 2010) definisi secara umum dari kualitas jasa pelayanan adalah perbandingan antara harapan konsumen dengan kinerja kualitas pelayanan.

Collier dalam Yamit (2010) memiliki pandangan lain dari kualitas jasa pelayanan ini, yaitu lebih menekankan pada kata pelanggan, pelayanan, kualitas dan level atau tingkat. Pelayanan terbaik pada pelanggan (excelent) dan tingkat kualitas pelayanan merupakan cara terbaik yang konsisten untuk dapat mempertemukan harapan konsumen (standar pelayanan eksternal dan biaya) dan sistem kinerja cara pelayanan (standar pelayanan internal, biaya dan keuntungan).

Pelayanan terbaik pada pelanggan dan tingkat kualitas dapat di capai secara konsisten dengan memperbaiki pelayanan dan memberikan perhatian khusus pada standar kinerja pelayanan baik standar pelayanan internal maupun standar pelayanan eksternal. Beberapa pengertian yang terkait dalam definisi kualitas jasa pelayanan adalah:

1. *Excellent* adalah standar kinerja pelayanan yang diperoleh
2. *Customer* adalah perorangan, kelompok, departemen atau perusahaan yang menerima, membayar output pelayanan (jasa dan sistem)
3. *Service* adalah kegitan utama atau pelengkap yang tidak secra langusung terlibat dalam proses pembuatan produk, tetapi lebih menekankan pada transaksi antara pembeli dan penjual.
4. *Quality* adalah sesuatu yang secara khusus dapat di raba atau tidak dapat di raba dan sifat yang di miliki produk atau jasa.
5. *Levels* adalah suatu pernyataan atas sistem yang digunakan untuk memonitor dan mengevaluasi.
6. *Consistent* adalah tidak memiliki variasi dan semua pelayanan berjalan sesuai standar yang di tetapkan.
7. *Delivery* adalah memberikan pelayana yang benar dengan cara yang benar dan dalam waktu yang tepat.

Bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa, memuaskan kebutuhan pelanggan berarti harus memberikan pelayanan berkualitas (*service quality*)

kepada pelanggan, terdapat dua pendekatan pelayanan berkualitas yang populer di gunakan kalangan bisnis Amerika dan kini telah menyebar keberbagai Negara di dunia.

Pendekatan pertama di kemukakan oleh Albrcht dalam yang mendasarkankan pendekatannya pada dua konsep pelayanan berkualitas, yaitu (a) *service tiangle* dan (b) *total quality service* (TQS). *Service triangle* di terjemahkan sebagai segitiga layanan dan *total quality service* di terjemahkan sebagai layanan mutu terpadu (Budi W, Soetjipto), dikutip dari Yamit (2010)

Dalam Yamit (2010), dikatakan terdapat beberapa faktor penghambat dalam pelayanan yang diidentifikasi sebagai berikut :

1. Kurang otoritas yang diberikan terhadap bawahan.
2. Terlalu birokrasi sehingga lambat dalam menghadapi keluhan konsumen.
3. Bawahan tidak berani mengambil keputusan sebelum ada izin dari atasan.
4. Petugas sering bertindak kaku dan tidak memberikan jalan keluar yang baik.
5. Petugas sering tidak ada ditempat pada watu jam kerja sehingga sulit untuk dihubungi.
6. Banyak interest pribadi.
7. Budaya tip.
8. Aturan yang tidak jelas dan terbuka.
9. Kurang professional (kurang terampil menguasai bidangnya).
10. Banyak instansi atau bagian lain yang terlibat.
11. Disiplin kerja sangat kurang dan tidak tepat waktu.
12. Tidak ada keselarasan antara bagian dalam memberikan pelayanan.
13. Kurang kontrol sehingga petugas agak “nakal”.

14. Ada diskriminasi dalam memberikan pelayanan.

15. Belum ada sistem informasi manajemen (SIM) yang terintegrasi.

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Tjiptono, 2001). Sehingga definisi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2007). Kualitas pelayanan (service *quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima / peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan / inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Jika jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk.

Menurut Kotler (2002:83) definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. Kotler juga mengatakan bahwa perilaku tersebut dapat terjadi pada saat, sebelum dan sesudah terjadinya transaksi. Pada umumnya pelayanan yang bertaraf tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering.

Kualitas layanan yang dirasakan adalah tercapainya kepuasan dari pelanggan (Caruana, 2002; Cronin & Taylor, 1992; Parasuraman et al., 1988). Menurut Parasuraman et al. (1985), kualitas layanan adalah perbedaan antara harapan pelanggan dan persepsi mereka terhadap kinerja layanan. Sejalan dengan

ini, Parasuraman et al. (1988) mengembangkan SERVQUAL yang merupakan skala dengan lima dimensi untuk menilai kualitas layanan yaitu *tangble, reliability, responsiveness, assurance,* dan *emphaty*.

a) *Tangibles /* Bukti Fisik

   *Tangibles* merupakan bukti nyata dari kepedulian dan perhatian yang diberikan oleh penyedia jasa kepada konsumen. Pentingnya dimensi *tangibles* ini akan menumbuhkan *image* penyedia jasa terutama bagi konsumen baru dalam mengevaluasi kualitas jasa. Perusahaan yang tidak memperhatikan fasilitas fisiknya akan menumbuhkan kebingungan atau bahkan merusak *image* perusahaan.

b) *Reliability* / Keandalan

   *Reliability* atau keandalan merupakan kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa sesuai dengan apa yang telah dijanjikan secara tepat waktu. Pentingnya dimensi ini adalah kepuasan konsumen akan menurun bila jasa yang diberikan tidak sesuai dengan yang dijanjikan. Jadi komponen atau unsur dimensi *reliability* ini merupakan kemampuan perusahaan dalam menyampaikan jasa secara tepat dan pembebanan biaya secara tepat.

c) *Responsiveness* / Ketanggapan

   *Responsiveness* atau daya tanggap merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan oleh langsung karyawan untuk memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap. Daya tanggap dapat menumbuhkan persepsi yang positif terhadap kualitas jasa yang diberikan. Termasuk didalamnya jika terjadi kegagalan atau keterlambatan dalam penyampaian jasa, pihak penyedia jasa berusaha memperbaiki atau meminimalkan kerugian konsumen dengan segera. Dimensi ini menekankan pada perhatian dan kecepatan karyawan yang terlibat untuk menanggapi permintaan, pertanyaan, dan keluhan konsumen. Jadi komponen atau unsur dari dimensi ini terdiri dari kesigapan karyawan dalam melayani pelanggan,

kecepatan karyawan dalam melayani pelanggan, dan penanganan keluhan pelanggan.

d) *Assurance* / Jaminan

*Assurance* atau jaminan merupakan pengetahuan dan perilaku *employee* untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pada diri konsumen dalam mengkonsumsi jasa yang ditawarkan. Dimensi ini sangat penting karena melibatkan persepsi konsumen terhadap resiko ketidakpastian yang tinggi terhadap kemampauan penyedia jasa. Perusahaan membangun kepercayaan dan kesetiaan konsumen melalui karyawan yang terlibat langsung menangani konsumen. Jadi komponen dari dimensi ini terdiri dari kompetensi karyawan yang meliputi ketrampilan, pengetahuan yang dimiliki karyawan untuk melakukan pelayanan dan kredibilitas perusahaan yang meliputi hal-hal yang berhubungan dengan kepercayaan konsumen kepada perusahaan seperti, reputasi perusahaan, prestasi dan lain-lain.

e) *Emphaty* / Empati

*Emphaty* merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan perhatian kepada konsumen secara individu, termasuk juga kepekaan akan kebutuhan konsumen. Jadi komponen dari dimensi ini merupakan gabungan dari akses (*access*) yaitu kemudahan untuk memanfaatkan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan, komunikasi merupakan kemampuan melakukan untuk menyampaikan informasi kepada konsumen atau memperoleh masukan dari konsumen dan pemahaman merupakan usaha untuk mengetahui dan memahami kebutuhan dan keinginan konsumen.

Metode ini menggunakan dimensi-dimensi ini untuk mengukur kesenjangan antara harapan dan persepsi pelanggan. Parasuraman et al. (1988) menyatakan bahwa SERVQUAL mengarah pada pemahaman tentang prioritas untuk meningkatkan kualitas layanan karena menangkap kepentingan relatif dari lima dimensi dalam mempengaruhi persepsi layanan pelanggan secara keseluruhan. Di sisi lain, Cronin dan Taylor (1992) menegaskan itu sudah cukup

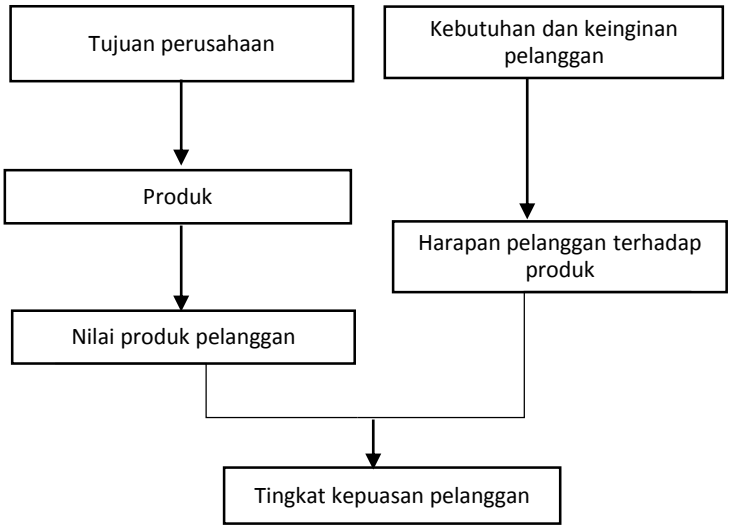
untuk mengevaluasi persepsi pelanggan tentang kinerja layanan dengan mengembangkan skala SERVPERF. Dalam SERVPERF, fokus hanya pada kinerja layanan yang benar melalui persepsi pelanggan, sehingga membuang setiap upaya untuk menggunakan harapan pelanggan dalam pengukuran kualitas layanan. Cavana dkk. (2007) menganggap SERVQUAL sebagai alat ukur yang tepat untuk menilai kualitas layanan dalam industri transportasi umum, karena mereka menganggapnya lebih humanistik, atau berorientasi pada pelanggan (Cavana et al., 2007, hal. 11).

### 2.1.5. Kepuasan Konsumen

Kotler (2001 : 46) menandaskan bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Bila kinerja melebihi harapan mereka akan merasa puas dan sebaliknya bila kinerja tidak sesuai harapan maka akan kecewa.

Menurut Irawan (2003 : 3) kepuasan palanggan adalah hasil dari penilaian dari konsumen bahwa produk atau pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan dimana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang. Secara konseptual, kepuasan pelanggan dapat digambarkan sebagai berikut :

Gambar 2.4 Tingkat Kepuasan Konsumen



Sumber : Tjiptono (2001:48)

- Faktor yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Dalam menentukan kepuasan konsumen ada lima faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan (Lupyoadi, 2001) antara lain :

a. Kualitas produk, yaitu pelanggan akan merasa puas bila hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
b. Kualitas pelayanan atau jasa, yaitu pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
c. Emosi, yaitu pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi sosial atau *self esteem* yang membuat pelanggan merasa puas terhadap merek tertentu.
d. Harga, yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggan.
e. Biaya, yaitu pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

Menurut Irawan (2004 : 37), faktor – faktor yang pendorong kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut:

1. Kualitas produk, pelanggan puas kalau setelah membeli dan menggunakan produk tersebut ternyata kualitas produknya baik.
2. Harga, untuk pelanggan yang sensitive, biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena pelanggan akan mendapatkan *value for money* yang tinggi.

3. *Service quality*, kepuasan terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit ditiru. Kualitas pelayanan merupakan *driver* yang mempunyai banyak dimensi, salah satunya yang popular adalah *SERVQUAL*.
4. *Emotional Factor*, pelanggan akan merasa puas (bangga) karena adanya *emosional value* yang diberikan oleh *brand* dari produk tersebut.
5. Biaya dan kemudahan, pelanggan akan semakin puas apabila relative mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.

## 2.2. Hubungan Antar Variabel

- Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen

Kualitas pelayanan merupakan tingkatan kondisi baik buruknya sajian yang diberikan PT. KAI dalam rangka memuaskan konsumen, dalam perusahaan jasa tertentu bukanlah sesuatu yang mudah didefinisikan, karena hal tersebut sangat berhubungan erat dengan pandangan konsumen.. Hal ini sesuai pernyataan Irawan (2004 : 37) bahwa faktor – faktor pendorong kepuasan pelanggan salah satunya kualitas pelayanan. Untuk dapat meningkatkan kepuasan konsumen, salah satunya dengan meningkatkan kualitas pelayanan. Untuk mengukur kepuasan konsumen, maka pihak PT. KAI harus meningkatkan kualitas pelayanan. Hal tersebut sesuai dengan yang dikemukakan oleh Parasuraman, dkk. (1998) bahwa untuk menilai kualitas pelayanan, dapat diukur dengan 5 dimensi, yaitu *tangible* (bukti fisik), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *emphaty* (empati).

## 2.3. Penelitian Terdahulu

Untuk mengadakan penelitian, tidak terlepas dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu dengan tujuan untuk memperkuat hasil dari penelitian yang sedang dilakukan, selain itu juga bertujuan untuk membandingkan dengan penelitian yang dilakukan sebelumnya. Berikut ringkasan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh peneliti selama melakukan penelitian :

a) Muhammad Shoaib Farooq dkk (2017), penelitian yang berjudul *"Impact of Service Quality on Customer Satisfaction in Malaysia Airlines : A PLS-*

*SEM Approach"* bertujuan untuk menilai kualitas layanan yang disediakan oleh Malaysia Airlines dan dampaknya terhadap kepuasan pelanggan secara kesuluruhan. Penelitian ini menggunakan metode *convenience sampling* untuk mengumpulkan data daru 460 responden menggunakan kuesioner yang dikelola sendiri, yang dirancang pada lima dimensi skala AIRQUAL. Hasil dari penelitian ini mengungkapkan bahwa semua lima dimensi skala AIRQUAL yaitu *airline tangible, terminal tangible, service tangible, emphaty* dan *image tangible* memiliki dampak positif, langsung dan signifikan terhadap kepuasaan pelanggan Malaysia Airlines. Penelitian ini meniliti dampak dimensi kualitas layanan terhadap kepuasaan pelanggan di Malaysia Airlines. Hasil menunjukan bahwa maskapai penerbangan harus fokus pada semua dimensi kualitas layanan, dengan fokus khusus pada layanan personil dan gambar untuk meningkatkan kepuasan pelanggan Malaysia Airlines. Diharapkan hasil dari penelitian ini akan membantu maskapai penerbangan untuk memahami peran berbagai dimensi kualitas layanan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan Malaysia Airlines.

b) Shefali Nandan Geetika (2010), penelitian yang berjudul *"Determinants of Customer Satisfaction on Service Quality : A Study of Railway Platforms in India"* mengidentifikasi komponen kualitas layanan Kereta Api India di platform kereta api. Penelitian ini bersifat eksploratif dan menggunakan analisis faktor untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang paling penting dari kepuasaan pelanggan dengan kualitas layanan. Metedologi penelitian bersifat empiris, dan survei terhadap penumpang. Hasil mengungkapkan bahwa lima faktor dianggap penting untuk menentukan kepuasaan dengan platform kereta api, yang paling penting adalah penyegaran dan faktor perilaku.
c) Miranda Sandra dkk (2017), penelitian yang berjudul *"Perceived Service Quality and Customer Satisfaction: A Fuzzy set QCA Approach in the Railway Sector"* meneliti apakah kombinasi yang berbeda dari dimensi kualitas layanan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Penelitian ini

menggunakan perluasan SERVEQUAL dengan tambahan dimensi khusus untuk kereta api: *comfort, connection,* dan *convenience.* Penelitian ini menggunakan *fsQCA* untuk memeriksa tanggapan dari survei online terhadap 352 pelanggan keret api. Hasilnya menunjukan bahwa tiga kombinasi yang berbeda dari dimensi kualitas layanan mengarah pada kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Kombinasi ini mengandung setidaknya dua dari tiga dimensi khusus untuk industri kereta api: *comfort*, *connection* dan *convenience.* Selanjutnya, kombinasi *comfort* dan *connection* saja yang menangkap kepuasan pelanggan yang lebih tinggi.

d) Fajar Agus Susanto dkk (2014), penelitian yang berjudul "Analisis Perbandingan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Konsumen KFC dan MFC di Kota Pangkalpinang" bertujuan untuk menganalisis tentang dampak kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan. Populasi dalam penelitian adalah konsumen KFC dan MFC di Pangkalpinang. Sampel sebanyak 100 responden diambil menggunakan metode Non-Probability Sampling dan teknik pengambilan sampel dengan pendekatan Purposive Sampling, pengumpulan data dilakukan dengan menyebar kuesioner kepeda responden. Analisis menggunakan analisis deskriptif untuk mendapatkan gambaran tentang responden mengenai variabel penelitian, dan analisis Regresi Linear Berganda untuk mengetahui pengaruh variabel independen. Hasil dari penelitian ini menunjukan bahwa kualitas layanan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di KFC dan MFC di Pangkalpinang dan terdapat perbedaan dilihat menggunakan indeks rata-rata jawaban responden dengan perbandingan KFC lebih baik dari MFC.

e) Sherly Dwi Jayanti (2014), penelitian yang berjudul "Analisis Perbandingan Kinerja Keuangan Bank Umum Syariah Dengan Bank Umum Konvensional Di Indonesia" bertujuan untuk mengetahui perbedaan dan perbandingan antara Bank Syariah dengan Bank Konvensional. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Independent Sample T-Test*. Hasil penelitian menunjukan bahwa nilai

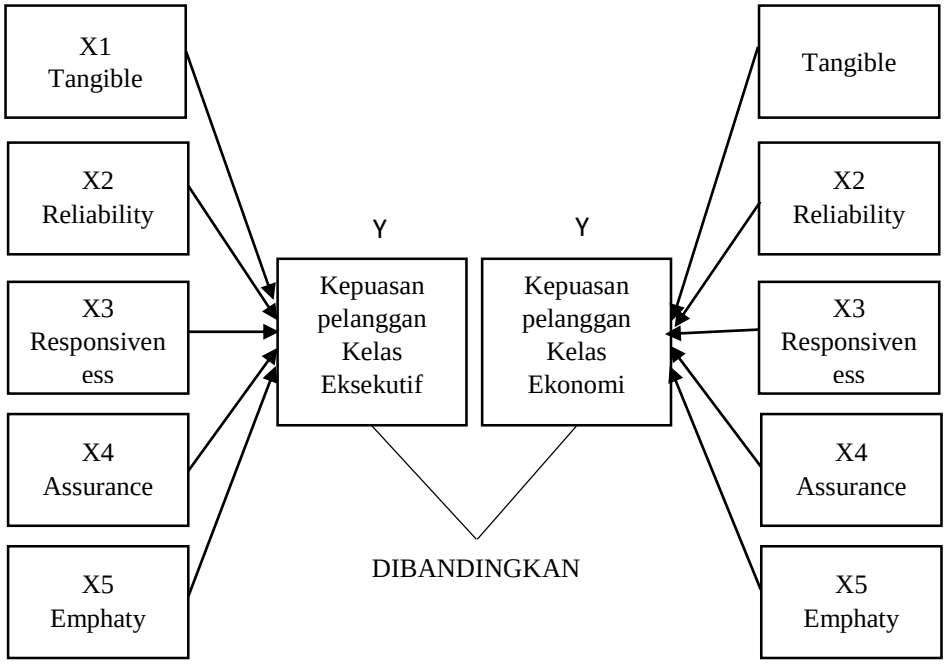
CAR, BOPO, ROA, Bank Syariah berada dibawah Bank Konvensional, dan nilai LDR, NPL Bank Syariah berada diatas Bank Konvensional. Dalam penelitian ini disimpulkan bahwa kinerja Bank Syariah dengan Bank Konvensional terdapat perbedaan yang signifikan.

## 2.4. Kerangka Berpikir

Kepuasan konsumen sangat penting artinya bagi perusahaan yang menjaga kelangsungan usahanya maupun kelangusngan kegiatan usahanya. Konsumen yang puas terhadap jasa yang diberikan berarti kualitas yang diberikan sangat baik. Kepuasan konsumen dapat terwujud apabila kualitas pelayanan yang dirasakan pelanggan sama, atau setidaknya hampir sama dengan apa yang konsumen harapkan dalam menggunakan jasa dari penyedia jasa. Untuk menilai kualitas pelayanan, para ahli seperti Parasuraman, dkk. (1998), telah mengajukan 5 faktor yang digunakan dalam menilai kualitas jasa, yaitu *tangible* (bukti fisik), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *emphaty* (empati). Untuk mewujudkan hal tersebut maka pihak perusahaan harus tahu apa saja yang dianggap penting oleh konsumen dan pimpinan harus berusaha untuk menghasilkan *performance* sebaik mungkin agar pelayanan memiliki kulaitas yang baik sehingga konsumen akan merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan. Pelayanan jasa yang berkualitas adalah syarat untuk menciptakan kepuasan konsumen.

Untuk mengetahui keterikatan pengaruh antar variabel dapat dijelaskan pada kerangka pemikiran berikut ini :

Gambar 2.5 Kerangka Pemikiran Teoritis




## 2.5. Hipotesis

Menurut Arikunto (2005), hipotesis adalah suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap masalah penelitian sampai terbukti melalui data yang terkumpul. Atas dasar pertimbangan di dalam rumusan masalah, maka hipotesis yang penulis kemukakan adalah :

$H_1$ *Tangible* mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan kelas eksekutif dan ekonomi pengguna kereta api Senja Utama Solo

$H_2$ *Reliability* mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan kelas eksekutif dan ekonomi pengguna kereta api Senja Utama Solo

$H_3$ *Responsiveness* mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan kelas eksekutif dan ekonomi pengguna kereta api Senja Utama Solo

$H_4$ *Assurance* mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan kelas eksekutif dan ekonomi pengguna kereta api Senja Utama Solo

$H_5$ *Emphaty* mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan kelas eksekutif dan ekonomi pengguna kereta api Senja Utama Solo

$H_6$ Terdapat perbedaan kepuasan pelanggan kelas eksekutif dan ekonomi berdasarkan kualitas pelayanan pada kereta api Senja Utama Solo

# BAB III
# METEDOLOGI PENELITIAN

## 3.1 Populasi dan Sampel

### 3.1.1 Populasi

Populasi adalah sejumlah individu yang mempunyai sifat dan kepentingan yang sama (Hadi, 1997:220). Menurut Djarwanto (1993), populasi adalah jumlah dari keseluruhan objek (satuan-satuan dalam individu-individu) yang karateristiknya hendak diduga. Dalam penelitian ini populasi yang dimaksud adalah pengguna kereta api Senja Utama Solo yang sedang atau telah menggunakan jasa K.A Senja Utama Solo.

### 3.1.2 Sampel

Sampel merupakan sebagian dari populasi yang terdiri atas sejumlah anggota yang dipilih dari populasi. Dengan kata lain sejumlah, tetapi tidak semua, elemen populasi akan membentuk sampel (Sekaran, 2006). Menurut Hadi (1997:221), sampel adalah sebagian dari populasi yang karateristiknya hendak diselidiki, dan dianggap dapat mewakili populasi. Dalam penelitian ini anggota sampel adalah pengguna jasa kereta api Senja Utama Solo wilayah Daerah Operasi VI Yogyakarta.

Penentuan sampel dalam penelitian ini bersifat acak (*Probability Sample*), dimana pemilihan sampel dengan cara ini seluruh anggota populasi diasumdikan memiliki kesempatan yang sama untuk terpilih menjadi sampel penelitian. Dalam penelitian ini, metode pengambilan sampel dengan menggunakan metode *Probability Sample* yaitu dengan *Stratified Random Sampling.*

*Stratified Random Sampling* adalah pengambilan sampel dilakukan secara acak berstrata mengambil sampel berdasarkan kelompok tertentu. Alasan menggunakan metode ini adalah penelitian ini memiliki dua kelas yaitu kelas eksekutif dan kelas ekonomi, dan populasi di tiap kelas pun berbeda. Jumlah penumpang kelas eksekutif adalah 200, sedangkan kelas ekonomi adalah 320.

Pada kelas ekonomi, Kereta Api Senja Utama Solo menggunakan kelas ekonomi plus atau sering disebut ekonomi premium. Perbedaan kelas ekonomi dan eksekutif dapat dilihat dari ciri-ciri berikut ini:

| Indikator | Eksekutif | Ekonomi |
|---|---|---|
| Harga | Relatif lebih mahal | Lebih terjangkau |
| Kualitas AC | AC central, sangat dingin | AC central, cukup dingin |
| Kualitas Tempat Duduk | Tempat duduk 2-2, terdapat footrest, meja lipat, dan kursi yang empuk dan dapat diatur kemiringannya sesuai keinginan. Jarak jeda tempat duduk lebih luas. | Tempat duduk 2-2, berhadapan. Tempat duduk empuk tetapi lebih sempit dan tidak dapat diatur kemiringannya. |
| Kecepatan dan Waktu Tempuh | Kecepatan dan waktu tempuh sama | Kecepatan dan waktu tempuh sama |
| Kenyamanan dalam Perjalanan | Sangat nyaman dan mendapatkan selimut dan bantal gratis | Cukup nyaman, tidak mendapat fasilitas selimut dan bantal gratis |
| Toilet | Terdapat toilet duduk, lebih luas | Terdapat toilet jongkok, lebih sempit |

Penentuan sampel mengacu pada teori Roscoe (1975) yang dikutip dari Uma Sekaran (2006), yakni:

1. Ukuran sampel lebih dari 30 dan kurang dari 500 adalah tepat untuk kebanyakan penelitian
2. Jika sampel dipecah ke dalam subsampel (pria/wanita, junior/senior, dan sebagainya), ukuran sampel minimum 30 untuk tiap kategori adalah tepat

3. Dalam penelitian multivariate (termasuk analisis regresi berganda), ukuran sampel sebaiknya 10x lebih besar dari jumlah variabel dalam penelitian
4. Untuk penelitian eksperimental sederhana dengan kontrol eksperimen yang ketat, penelitian yang sukses adalah mungkin dengan ukuran sampel kecil antara 10 sampai dengan 20

Berdasarkan pertimbangan penulis terhadap teori Roscoe, sampel ditentukan sejumlah 80 pada setiap kelas eksekutif dan ekonomi, jadi jumlah sampel keseluruhan sebanyak 160.

## 3.2 Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

Dalam penulisan skripsi ini jenis data yang digunakan adalah data subyek. Menurut Indriantoro (2001) mengemukakan bahwa data subyek merupakan jenis data penelitian yang berupa opini, sikap, pengalaman atau karateristik dari seseorang atau sekelompok orang yang menjadi subyek penelitian. Dalam hal ini data yang digunakan adalah hasil jawaban responden atas pernyataan yang diajukan dalam kuesioner.

a. Data primer, merupakan data yang diperoleh peneliti dari hasil penelitian lapangan langsung, yakni kuesioner. Hasil pengumpulan data dari kuesioner kemudian akan dianalisis secara kuantitatif menggunakan Skala *Likert* dengan lima pilihan jawaban.
b. Data sekunder, merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung dari penelitian berasal dari jurnal ilmiah, buku-buku ilmiah, majalah atau artikel yang ada hubungannya dengan masalah-masalah yang diteliti.

## 3.3 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

### 3.3.1 Variabel Penelitian

Variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Variabel bebas atau Independen merupakan sejumlah gejala dengan berbagai unsur / faktor yang ada didalamnya yang menentukan /

mempengaruhi adanya variabel-variabel yang lain. Dalam hal ini menjadi variabel bebas adalah :

a) *Tangibles* / Bukti Fisik (X1)

   *Tangibles* merupakan bukti nyata dari kepedulian dan perhatian yang diberikan oleh penyedia jasa kepada konsumen.

b) *Reliability* / Keandalan (X2)

   *Reliability* merupakan kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa sesuai dengan apa yang telah dijanjikan secara tepat waktu.

c) *Responsiveness* / Ketanggapan (X3)

   *Responsiveness* merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap.

d) *Assurance* / Jaminan (X4)

   *Assurance* merupakan pengetahuan dan perilaku *employee* untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pada diri konsumen dalam mengkonsumsi jasa yang ditawarkan.

e) *Emphaty* / Empati (X5)

   *Emphaty* merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan perhatian kepada konsumen secara individu, termasuk juga kepekaan akan kebutuhan konsumen.

2. Variabel terikat atau dependen, yaitu variabel yang dipengaruhi variabel lain. Dalam penelitian ini variabel dependen adala kepuasan konsumen (Y) Menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2008:192) menjelaskan bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk (jasa) yang diterima dan yang diharapkan.

### 3.3.2 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah definisi praktis operasional tentang variabel atau isitilah lain dalam penelitian yang dipandang penting. Definisi operasional dalam penelitian ini meliputi :

a. *Tangible* (X1), merupakan bentuk fisik, peralatan yang digunakan, untuk menghasilkan jasa, karyawan dan media komunikasi yang digunakan. *Tangible* diukur melalui :
   1) Kereta dilengkapi dengan teknologi terbaru dan modern
   2) Kualitas layanan restorasi yang baik
   3) Kereta memiliki kualitas AC yang baik
   4) Kursi bersih dan nyaman
   5) Kebersihan toilet kereta terjaga dengan baik

*b.* *Reliability* (X2), merupakan kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa pelayanan sesuai dengan apa yang telah dijanjikan secara tepat waktu., dengan indikatornya :
   1) Petugas memberikan pelayanan yang teliti dan tepat waktu
   2) Perjalanan kereta api selalu lancar dan tidak mengalami kendala
   3) Kesesuaian nomor tempat duduk dengan tiket pemesanan
   4) Petugas menerima dan melayani konsumen dengan baik
   5) Penetapan harga sesuai dengan pelayanan yang di dapat konsumen

c. *Responsiveness* (X3), kesigapan karyawan untuk membantu pelanggan yang tepat. Adapun indikatornya :
   1) Petugas tanggap melayani keluhan penumpang
   2) Petugas melakukan tindakan secara cepat dan tepat
   3) Petugas melakukan tindakan sesuai prosedur
   4) Petugas membantu jika ada permasalahan penumpang

d. *Assurance* (X4), yaitu pengetahuan, serta kemampuan karyawan dalam menimbulkan kepercayaan dan keyakinan. Adapun diukur melalui :
   1) Petugas berpengalaman dan kompeten dibidangnya
   2) Memberikan informasi yang akurat
   3) Kedatangan kereta selalu tepat waktu
   4) Keberangkatan kereta selalu tepat waktu
   5) Keamanan dan kenyamanan didalam kereta

e. *Emphaty* (X5), yaitu perhatian dan pemahaman yang diberikan karyawan kepada pelanggan. Indikatornya :

1) Kepedulian petugas kepada penumpang
2) Perhatian terhadap kebutuhan dan keinginan penumpang
3) Sikap mengutamakan kepentingan penumpang
4) Petugas bersikap sopan dan ramah

f. Kepuasan Konsumen (Y), merupakan suatu perasaan didalam diri para konsumen terhadap apa yang telah diperoleh dan dirasakan ketika konsumen menerima pelayanan. Adapun kepuasan dapat diukur dengan :
   1) Saya senang dengan keputusan memilih Kereta Api Senja Utama Solo
   2) Pilihan Kereta Api Senja Utama Solo adalah keputusan yang bijaksana
   3) Saya melakukan hal benar untuk memilih Kereta Api Senja Utama Solo sebagai penyedia layanan
   4) Saya puas dan pengalaman saya dengan Kereta Api Senja Utama Solo sangat menyenangkan

Kategori tersebut kemudian dirubah dalam bentuk pertanyaan tertutup dengan kemungkinan jawaban yang sudah ditetapkan terlebih dahulu. Atas jawaban tersebut, maka ditentukan skornya dengan Skala *Likert* yaitu 5,4,3,2,1. Skor paling tinggi dikenakan pada jawaban yang paling menunjang dan skor terendah diberikan jawaban yang paling tidak menunjang.

Adapun skor yang diberikan mencakup pengukuran intensitas sebagaimana diungkapkan dalam setiap jawaban atas pertanyaan yang dinilai dengan angka sebagai berikut :

- Skor 5 untuk jawaban sangat setuju
- Skor 4 untuk jawaban setuju
- Skor 3 untuk jawaban netral
- Skor 2 untuk jawaban tidak setuju
- Skor 1 untuk jawaban sangat tidak setuju

## 3.4 Metode Analisis Data

### 3.4.1 Analisis Deskriptif dan Indeks Jawaban

Menurut Sugiyono (2004:169) Analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Dalam hal ini penulisan dilakukan dengan menggunakan analisis deskriptif, yaitu dengan membaca tabel-tabel, angka-angka yang tersedia kemudian dilakukan uraian dan penafsiran (Umar,2001).

Analisis Deskripsi Variabel bertujuan untuk menjabarkan indikator-indikator yang diukur pada masing-masing variabel dalam penelitian ini. Sedangkan, Analisis Indeks Jawaban atau Indeks Tanggapan Responden dibawah ini akan dijabarkan secara masing-masing variabel, bertujuan untuk mengetahui gambaran deskriptif mengenai jawaban atas tiap-tiap item pernyataan yang diajukan pada masing-masing variabel. Hasil jawaban dikategorikan menggunakan 3 kotak (*Three Box Method)* yakni tingkatan rendah, sedang dan tinggi (Ferdinand, 2006 ; 273).

### 3.4.2 Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

   Menurut Ghozali (2001) uji validitas (uji kesahihan) adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur sah / valid tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner. Kriteria pengambilan keputusan untuk validitas adalah ditentukan apabila nilai r hitung yang dinyatakan dengan nilai *Corected Item Total Correlation* > r tabel pada df = n-2 dan = 0,05 maka indikator dikatakan valid / sahih.

b. Uji Reliabilitas

   Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2005). Pengukuran reliabilitas dalam penelitian ini

dilakukan dengan cara *one shot* atau pengukuran sekali saja. Disini pengukuran hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (a). Suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* (a) > 0,6 (Nunnally, 1967 dalam Ghozali, 2001: 42).

3.4.3 Analisis Kuantitatif

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan analisis *Kolmogorov-Smirnov Test*, jika diperoleh nilai signifikasi atau probabilitas lebih dari tingkat alpha 5% atau 0,05, maka sifat data tersebut dapat dikatakan berdistribusi normal. Sebaliknya, jika nilai signifikasi kurang dari tingkat alpha 5%, maka sifat data tidak normal. Uji normalitas juga dapat dilihat dari *normal probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dengan distribusi normal. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal (Santoso, 2001). Kriteria pengambilan keputusan adalah Jika penyebaran data pada grafik normal P-P Plot mengikuti garis normal (45 derajat), maka data berdistribusi normal. Distribusi normal membentuk suatu garis lurus diagonal, dan ploting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonalnya. Jika distribusi data normal, maka garis yang menggambarkan data sebenarnya akan mengikut garis normalnya (Ghozali, 2005). Dasar pengambilan keputusan untuk uji normalitas adalah :

- Jika data menyebar disekitar garis-garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- Jika data menyebar jauh dari diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat problem Multikolinieritas. Pengujian ada tidaknya gejala multikolinearitas dilakukan dengan memperhatikan nilai matriks korelasi yang dihasilkan pada saat pengolahan data serta nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan *Tolerance*-nya. Nilai dari VIF antara 0 sampai dengan 10 dan nilai *tolerance* diatas 0,1 menandakan tidak adanya gejala multikolinearitas. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tersebut tidak terdapat problem multikolinieritas (Singgih Santoso, 2001).

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, terjadi ketidaksamaan varians residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas. Dan jika varians tersebut berbeda, maka terjadi Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas (Santoso, 2001). Pengujian ada tidaknya gejala heteroskedastisitas memakai metode grafik dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada *scatterplot* dari variabel terikat, dimana jika tidak terdapat pola tertentu maka tidak terjadi heteroskedastisitas dan begitu pula sebaliknya (Singgih Santoso, 2001).

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen ($X_1$, $X_2$,….$X_n$) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio. Adapun persamaan regresi dapat dirumuskan sebagai berikut :

$Y = b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5$

Dimana :

Y = Variabel terikat (kepuasan konsumen)

$b_0$ = Koefisien konstanta

$b_1$, $b_2$, $b_3$, $b_4$, $b_5$ = Koefisien regresi

$x_1$ = *tangible*

$x_2$ = *reliability*

$x_3$ = *responsiveness*

$x_4$ = *assurance*

$x_5$ = *emphaty*

Y = Kepuasan Pelanggan

3. Pengujian Hipotesis

a. Uji F (Uji Simultan)

Uji F bertujuan menunjukan apakah semua variabel independen yang dimasukan ke dalam model secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen (Ghozali, 2006).

- Jika F hitung > F tabel maka Ho ditolak dan Ha diterima, berarti masing-masing variabel independen secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
- Jika F hitung < F tabel maka Ho diterima dan Ha ditolak, berarti masing-masing varibel independen secara bersama sama tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

b. Uji T (Uji Parsial)

Uji T dalam regresi berganda digunakan untuk menjelaskan variabel bebas dalam mempengaruhi variabel terikat. Mengetahui signifikasi dari hasil penelitian

maka perlu dilakukan dengan Uji T (parsial). Uji T dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

- Jika nilai signifikasinya < 0,05, maka $H_0$ ditolak dan Ha diterima, artinya ada pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terkait.
- Jika nilai signifikasinya > 0,05, maka $H_0$ diterima dan Ha ditolak, artinya tidak ada pengaruh anatara variabel bebas secara parsial terhadap variabel terkait.

c. Koefisien Determinasi ($R^2$)

Koefisien Determinasi ($R^2$) pada intinya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model regresi dalam menerangkan variasi variabel dependen.nilai koefisien determinasi adalah antara nol (0) dan satu (1). Nilai $R^2$ yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu (1) berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.

Kelemahan mendasar penggunaan koefisien dteterminasi ($R^2$) adalah terhadap jumlah variabel independen yang dimasukan kedalam model. Setiap tambahan satu variabel independen, maka $R^2$ pasti akan meningkat tidak akan peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikasi terhadap variabel dependen. Maka digunakan nilai Adjusted $R^2$ dapat naik turun apabila satu Variabel independen di tambahkan kedalam model.

4. Analisis Perbandingan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Untuk mengetahui perbandingan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan kelas ekonomi dan eksekutif menggunakan 2 metode yakni :

a. Analisis Indeks Rata-Rata (Metode skala *Liekrt*)

Analisis indeks jawaban per variabel ini bertujuan mengetahui gambaran deskriptif mengenai responden dalam penelitian ini. Terutama mengenai variabel-variabel penelitian yang digunakan. Penelitian ini menggunakan teknik analisis indeks yang menggambarkan responden atas item-item pertanyaan yang diajukan.

Teknik skoring yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan *Skala Likert* dengan skor maksimal 5 dan minimal 1, maka perhitungan indeks jawaban responden dengan rumus berikut:

Nilai Indeks = {(F1 x 1) + (F2 x 2) + (F3 x 3) + (F4 x 4) + (F5 x 5)} / n

Dimana :

F1 : frekuensi responden menjawab pertanyaan/pernyataan dengan skor nilai 1 dalam kuesioner

F2 : frekuensi responden menjawab pertanyaan/pernyataan dengan skor nilai 2 dalam kuesioner

F3 : frekuensi responden menjawab pertanyaan/pernyataan dengan skor nilai 3 dalam kuesioner

F4 : frekuensi responden menjawab pertanyaan/pernyataan dengan skor nilai 4 dalam kuesioner

F5 : frekuensi responden menjawab pertanyaan/pernyataan dengan skor nilai 5 dalam kuesioner

n : jumlah responden

Total nilai indeks dikategorikan menggunakan metode skala *Liekrt*, dengan perhitungan:

$$\frac{5-1}{5} = 0{,}8$$

Dengan kategori:

1 – 1,8 = Sangat Buruk

1,81 – 2,6 = Buruk

2,61 – 3,4 = Cukup

3,41 – 4,2 = Baik

4,21 – 5 = Sangat Baik

Atas dasar pedoman ini, dari hasi perhitungan indeks rata-rata tanggapan responden dibandingkan menggunakan metode skala *Liekrt* pada tiap variabel (*tangible, reliability, responsiveness, assurance, emphaty,* dan kepuasan pelanggan) pada masing-masing kelas ekonomi dan eksekutif. Dari perbandingan

tersebut akan menunjukan hasil kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan mana yang lebih baik antara kelas ekonomi dengan kelas eksekutif.

b. *Independent T Test*

*Independent T Test* digunakan untuk membuktikan apakah terdapat perbedaan rata-rata antara 2 (dua) sampel yang saling independen. *Independent T Test* merupakan teknik statistik parametrik dimana terdapat asumsi yang harus terpenuhi terlebih dahulu, yaitu normalnya distribusi masing-masing kelompok data yang kemudian akan dibandingkan. Tujuan analisis ini adalah untuk membandingkan dua rata-rata dua grup yang tidak berhubungan (Sudjana, 2005). Atas pedoman ini, dari hasil perhitungan *Independent T Test* dilihat dari rata-rata tiap kelas yang ditunjukan pada kolom *Mean*, hasil semua variabel (*tangible, reliability, responsiveness, assurance, emphaty*, dan kepuasan pelanggan) dibandingkan pada kelas eksekutif dengan ekonomi.

# BAB IV
# ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

## 4.1. Karateristik Responden

Penelitian ini menggunakan responden yang merupakan pengguna Kereta Api Senja Utama Solo dengan kriteria yang sedang menggunakan atau sudah pernah menggunakan. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara langsung di obyek penelitian yakni Kereta Api Senja Utama Solo pada Kelas Ekonomi dan Eksekutif, serta dilakukan penyebaran kuesioner melalui internet. Hasil pengumpulan data penelitian disajikan sebagai berikut.

Tabel 4.1. Hasil Pengumpulan dan Tingkat Pengembalian Kuesioner

| | |
|---|---|
| Jumlah Kuesioner disebar | 160 |
| Jumlah Kuesioner yang tidak kembali | 0 |
| Kuesioner yang kembali | 160 |
| Kuesioner yang digugurkan | 0 |
| Kuesioner yang digunakan | 160 |
| **Tingkat pengembalian** | **100%** |
| **Tingkat pengembalian yang digunakan** | **100%** |

Sumber : Hasil Olah Data Primer, 2018

Berdasarkan tabel diatas, seluruh kuesioner yang kembali dapat digunakan dalam penelitian ini. Data karateristik responden diperoleh melalui penyebaran kuesioner. Responden dalam penelitian ini berjumlah 160 orang yang terbagi dalam 80 orang dari kelas eksekutif dan 80 orang dari kelas ekonomi. Penentuan responden didasarkan atas karateristik yang merupakan penumpang kereta api Senja Utama Solo yang telah menggunakan dan/atau yang sedang menggunakan kereta api. Karateristik dalam penelitian ini meliputi jenis kelamin, umur, pekerjaan, pendapatan, kelas kereta, dan frekuensi penggunaan kereta api Senja utama Solo. Data karateristik responden ini disajikan dalam bentuk analisis deskriptif, yakni menggunakan tabulasi silang (*crosstabs)* antara Jenis Kelas

dengan Jenis Kelamin, Umur, Pekerjaan, Pendapatan, Frekuensi penggunaan Kereta Api Senja Utama Solo.

4.1.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Hasil karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin disajikan pada tabel berikut :

Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Menurut Kelas Kereta

**jenis_kelamin * kelas Crosstabulation**

Count

| | | kelas | | Total |
|---|---|---|---|---|
| | | Ekonomi | Eksekutif | |
| jenis_kelamin | Laki-laki | 42 | 34 | 76 |
| | Perempuan | 38 | 46 | 84 |
| Total | | 80 | 80 | 160 |

Sumber : Hasil Olah Data Primer, 2018

Berdasarkan tabel tersebut, menunjukkan bahwa jenis kelamin responden diklasifikasikan dalam 2 jenis yakni perempuan dan laki-laki dengan frequensi masing-masing sebanyak 84 perempuan dan 76 laki-laki. Frekuensi tersebut menunjukkan bahwa perempuan lebih mendominasi dibanding laki-laki sebagai responden dalam penelitian ini. Apabila dilihat dari klasikasi kelasnya, perempuan lebih banyak berada pada kelas eksekutif. Sebaliknya, laki-laki lebih banyak berada pada kelas ekonomi. Kondisi dan suasana yang ada dalam kelas eksekutif memberikan daya tarik lebih pada penumpang berjenis kelamin perempuan.

4.1.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Umur dapat mempengaruhi pola pikir pribadi masyarakat dalam mengambil sikap. Kebutuhan yang dimiliki kaum dengan usia yang lebih muda akan berbeda dengan usia yang lebih tua. Gambaran karakteristik responden Kereta Api Senja Utama Solo berdasarkan usia disajikan dalam tabel berikut ini :

Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur Menurut Kelas Kereta

**umur * kelas Crosstabulation**

Count

| | | Kelas | | Total |
|---|---|---|---|---|
| | | Ekonomi | Eksekutif | |
| umur | 12-25 tahun | 43 | 41 | 84 |
| | 26-45 tahun | 16 | 26 | 42 |
| | 46-65 tahun | 21 | 13 | 34 |
| Total | | 80 | 80 | 160 |

Sumber : Hasil Olah Data Primer, 2018

Tabel diatas menunjukkan bahwa responden berusia 12-25 tahun menjadi mayoritas responden dalam penelitian ini. Mendominasi sebanyak 84 orang atau 52,5% dari seluruh responden, usia 46-65 tahun memiliki presentase terendah yakni 21,25%. Ditinjau dari klasifikasi kelas kereta, usia dominan yakni 12-25 tahun lebih banyak berada pada kelas ekonomi.

4.1.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Penumpang Kereta Api Senja Utama Solo merupakan masyarakat yang terdiri dari latar belakang pekerjaan yang berbeda. Gambaran karakteristik responden Kereta Api Senja Utama Solo disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Menurut Kelas Kereta

**pekerjaan * kelas Crosstabulation**

Count

| | | kelas | | Total |
|---|---|---|---|---|
| | | Ekonomi | Eksekutif | |
| Pekerjaan | Pelajar / Mahasiswa | 37 | 33 | 70 |
| | Karyawan Swasta | 30 | 25 | 55 |
| | PNS | 8 | 14 | 22 |
| | Wirausaha | 2 | 3 | 5 |
| | BUMD | 2 | 1 | 3 |
| | BUMN | 0 | 3 | 3 |
| | Guru | 1 | 1 | 2 |
| Total | | 80 | 80 | 160 |

Sumber : Hasil Olah Data Primer, 2018

Berdasarkan tabel tersebut, dapat dilihat dari 160 responden, status sebagai Pelajar / Mahasiswa menjadi mayoritas dalam penelitian ini dengan jumlah sebesar 70 orang atau 43,75%, Karyawan Swasta sebesar 55 orang atau 34,38%, PNS sebesar 22 orang atau 13,75%, Wirausaha sebesar 5 orang atau 3,13%, BUMD dan BUMN terdiri dari 3 orang atau masing-masing memiliki presentase 1,88%, serta sebagai guru terdiri dari 2 orang atau sebesar 1,25%. Tingginya jumlah responden yang berasal dari kalangan pelajar atau mahasiswa, berkaitan dengan banyaknya perguruan tinggi di Daerah Solo dan Yogyakarta menjadi tujuan mahasiswa/pelajar untuk menggunakan akses kereta sebagai pilihan untuk kembali ke tempat belajar atau pulang kerumah. Selain itu, berkaitan pula dengan mayoritas responden yang memiliki rentang usia pada 12-25 tahun, usia tersebut merupakan rentang usia tingkat pelajar/mahasiswa pada umumnya. Ditinjau dari klasifikasi kelas kereta, mayoritas pelajar/mahasiswa lebih banyak berada pada kelas ekonomi. Hal tersebut, dikarenakan pada umunya mahasiswa memiliki pendapatan yang lebih rendah dibanding masyarakat yang memiliki pekerjaan.

### 4.1.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Gambaran karakteristik responden Kereta Api Senja Utama Solo disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 4.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Menurut Kelas Kereta

**pendapatan * kelas Crosstabulation**

Count

| | | Kelas | | Total |
|---|---|---|---|---|
| | | Ekonomi | Eksekutif | |
| pendapatan | < Rp 1.500.000 | 32 | 24 | 56 |
| | Rp 1.500.001 - Rp 2.500.000 | 17 | 12 | 29 |
| | Rp 2.500.001 - Rp 3.500.000 | 13 | 18 | 31 |
| | > Rp 3.500.001 | 18 | 26 | 44 |
| Total | | 80 | 80 | 160 |

Sumber : Hasil Olah Data Primer, 2018

Penghasilan responden dapat digunakan sebagai perkiraan taraf ekonomi responden, sehingga dapat mempengaruhi keputusan dalam melakukan konsumsi atas kebutuhan. Penghasilan dalam penelitian ini merupakan rata-rata penghasilan tiap bulannya, apabila pelajar/mahasiswa dapat menggunakan rata-rata pendapatan uang saku yang diterima tiap bulannya. Tabel diatas menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki penghasilan pada rentang < Rp 1.500.000,00 sebesar 56 orang atau 35%. Hal ini berkaitan dengan, mayoritas pekerjaan responden yakni sebagai pelajar/mahasiswa, rata-rata penghasilan yang mereka terima adalah kurang dari Rp 1.500.000,00. Apabila Ditinjau dari klasifikasi kelas, mayoritas responden dengan penghasilan dominan berada pada kelas ekonomi. Hal tersebut berkaitan pula dengan keputusan responden dari kalangan pelajar/mahasiswa yang lebih banyak berada pada kelas ekonomi. Sebaliknya, pada kelas eksekutif lebih banyak dijumpai pada responden dengan rentang penghasilan sebesar >Rp 3.500.001.

### 4.1.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Kereta Api

Frekuensi penggunaan Kereta Api Senja Utama Solo dapat menunjukkan kepentingan ataupun kesenangan atas Kereta Api Senja Utama Solo. Gambaran frekuensi penggunaan kereta tersebut disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 4.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Menurut Kelas Kereta

**frekuensi * kelas Crosstabulation**

Count

| | | Kelas | | Total |
|---|---|---|---|---|
| | | Ekonomi | Eksekutif | |
| frekuensi | 1-3 kali | 54 | 51 | 105 |
| | 4-6 kali | 17 | 19 | 36 |
| | >6 kali | 9 | 10 | 19 |
| Total | | 80 | 80 | 160 |

Sumber : Hasil Olah Data Primer, 2018

Berdasarkan tabel tersebut, menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki frekuensi penggunaan Kereta Api Senja Utama Solo pada rentang 1-3 kali yakni sebesar 105 orang atau 65,63%, tertinggi selanjutnya berada pada

rentang 4-6 kali sebesar 36 orang atau 22,5%, dan rentang >6 kali sebanyak 19 orang atau 11,88%. Berdasarkan data mayoritas yang berada pada rentang 1-3 kali dikarenakan banyaknya pilihan kereta lain yang memiliki tujuan atau jurusan yang sama. Ditinjau menurut perbedaan kelasnya, responden lebih banyak berada pada kelas ekonomi. Apabila lebih dari 1 kali kunjungan, maka dapat dikatakan pengunjung merasa puas dengan Kereta Api Senja Utama Solo.

### 4.2. Analisis Deskripsi Variabel dan Indeks Jawaban

Analisis Deskripsi Variabel bertujuan untuk menjabarkan indikator-indikator yang diukur pada masing-masing variabel dalam penelitian ini. Sedangkan, Analisis Indeks Jawaban atau Indeks Tanggapan Responden dibawah ini akan dijabarkan secara masing-masing variabel, bertujuan untuk mengetahui gambaran deskriptif mengenai jawaban atas tiap-tiap item pernyataan yang diajukan pada masing-masing variabel. Analisis Indeks Tanggapan Responden ini digunakan pula sebagai pembanding tingkat kepuasan responden atas kualitas pelayanan Kereta Api Senja Utama Solo Kuesioner penelitian ini menggunakan *Skala Likert* dengan skor nilai maksimal 5 dan minimal 1 dengan kategori sangat setuju hingga sangat tidak setuju. Oleh karena itu, perhitungan indeks jawaban/tanggapan responden dilakukan dengan rumus sebagai berikut :

Nilai Indeks = {(F1 x 1) + (F2 x 2) + (F3 x 3) +(F4 x 4) + (F5 x 5)} / n

Keterangan :

F1 : frekuensi responden menjawab pertanyaan/pernyataan dengan skor nilai 1 dalam kuesioner

F2 : frekuensi responden menjawab pertanyaan/pernyataan dengan skor nilai 2 dalam kuesioner

F3 : frekuensi responden menjawab pertanyaan/pernyataan dengan skor nilai 3 dalam kuesioner

F4 : frekuensi responden menjawab pertanyaan/pernyataan dengan skor nilai 4 dalam kuesioner

F5 : frekuensi responden menjawab pertanyaan/pernyataan dengan skor nilai 5 dalam kuesioner

n : jumlah responden

Total nilai indeks menggunakan metode skala *Liekrt*. Dengan kategori:

1 – 1,8 = Sangat Buruk

1,81 – 2,6 = Buruk

2,61 – 3,4 = Cukup

3,41 – 4,2 = Baik

4,21 – 5 = Sangat Baik

### 4.2.1. Analisis Deskripsi Variabel *Tangible*

Pada variabel *Tangible* (Bukti Fisik) diukur dengan 5 yakni teknologi Kereta Senja Utama Solo, pelayanan restorasi, kualitas AC, kebersihan dan kenyamanan kursi penumpang, dan kebersihan toilet Kereta Api Senja Utama Solo. Gambaran tanggapan responden baik kelas ekonomi maupun eksekutif atas indikator *Tangible* disajikan dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.7. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel *Tangible*

| Kelas | Item Pertanyaan | Skor | | | | | | | | | | Jumlah Sampel | Jumlah Skor | Indeks | Keterangan |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | SS | | S | | CS | | TS | | STS | | | | | |
| | | F | FXS | F | FXS | F | FXS | F | FXS | F | FXS | | | | |
| Ekonomi | X1.1 | 15 | 75 | 37 | 148 | 28 | 84 | 0 | 0 | 0 | 0 | 80 | 307,0 | 3,83 | Baik |
| | X1.2 | 6 | 30 | 37 | 148 | 35 | 105 | 2 | 4 | 0 | 0 | 80 | 287,0 | 3,58 | Baik |
| | X1.3 | 10 | 50 | 25 | 100 | 45 | 135 | 0 | 0 | 0 | 0 | 80 | 285,0 | 3,56 | Baik |
| | X1.4 | 14 | 70 | 36 | 144 | 28 | 84 | 2 | 4 | 0 | 0 | 80 | 302,0 | 3,77 | Baik |
| | X1.5 | 7 | 35 | 16 | 64 | 55 | 165 | 2 | 4 | 0 | 0 | 80 | 268,0 | 3,35 | Baik |
| Rata-rata | | | | | | | | | | | | | 289,8 | 3,62 | Baik |
| Eksekutif | X1.1 | 41 | 205 | 29 | 116 | 10 | 30 | 0 | 0 | 0 | 0 | 80 | 351,0 | 4,37 | Sangat Baik |
| | X1.2 | 23 | 115 | 47 | 188 | 9 | 27 | 1 | 2 | 0 | 0 | 80 | 332,0 | 4,15 | Baik |
| | X1.3 | 37 | 185 | 38 | 152 | 5 | 15 | 0 | 0 | 0 | 0 | 80 | 352,0 | 4,4 | Sangat Baik |
| | X1.4 | 55 | 275 | 24 | 96 | 1 | 3 | 0 | 0 | 0 | 0 | 80 | 374,0 | 4,67 | Sangat Baik |
| | X1.5 | 21 | 105 | 58 | 232 | 1 | 3 | 0 | 0 | 0 | 0 | 80 | 340,0 | 4,25 | Sangat Baik |
| Rata-rata | | | | | | | | | | | | | 349,8 | 4,37 | Sangat Baik |

Sumber : Hasil Olah Data Primer, 2018

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa sebagian besar responden mendukung pentingnya bukti fisik dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Hal ini ditunjukkan dengan respon jawaban responden yang tinggi dalam menyatakan pernyataan secara setuju dan sangat setuju baik pada kelas ekonomi maupun eksekutif. Pada kelas ekonomi, tanggapan terbanyak berada pada skor cukup setuju (skor 3) artinya, rata-rata responden pada kelas ekonomi cukup setuju bahwa bukti fisik Kereta Api Senja Utama Solo telah memadai. Sedangkan pada kelas eksekutif, tanggapan terbanyak berada pada skor sangat setuju (skor 5) artinya, rata-rata responden pada kelas eksekutif sangat setuju bahwa bukti fisik Kereta Api Senja Utama Solo telah memadai.

Berikut tanggapan responden berdasarkan masing-masing item pernyataan pada Variabel *Tangible* atau bukti fisik pada masing-masing kelas adalah sebagai berikut:

a. Item pernyataan nomor 1 mengenai fasilitas teknologi yang baru dan modern. Pada kelas ekonomi, responden lebih banyak memberi skor setuju, sedangkan kelas eksekutif lebih banyak pada skor sangat setuju. Oleh karena itu, fasilitas Kereta Api Senja Utama Solo baik kelas ekonomi maupun eksekutif telah dilengkapi dengan teknologi yang baik yakni tekonologi yang baru dan modern. Hal ini didukung oleh observasi peneliti melihat perlengkapan pada kereta baik kelas ekonomi maupun eksekutif telah baik dan terlihat mewah.

b. Item pernyataan nomor 2 mengenai pelayanan restorasi yang baik. Pada kelas ekonomi dan eksekutif, responden lebih banyak memberi skor setuju. Oleh karena itu, fasilitas Kereta Api Senja Utama Solo baik kelas ekonomi maupun eksekutif telah memberikan pelayanan yang baik. Hal ini didukung dengan observasi langsung peneliti saat membeli makanan dan minuman pada restoran kereta, melihat penumpang ekonomi dan eksekutif diperlakukan sama tidak ada pembeda.

c. Item pernyataan nomor 3 mengenai kualitas AC yang baik. Pada kelas ekonomi, responden lebih banyak memberi skor cukup setuju, sedangkan kelas eksekutif lebih banyak pada skor setuju. Berdasarkan hasil kuesioner, menunjukkan bahwa kualitas AC pada kelas eksekutif lebih baik dibandingkan kelas ekonomi.

d. Item pernyataan nomor 4 mengenai kebersihan dan kenyamanan kursi penumpang. Pada kelas ekonomi, responden lebih banyak memberi skor setuju, sedangkan kelas eksekutif lebih banyak pada skor sangat setuju. Berdasarkan hal tersebut, kebersihan dan kenyamanan kursi lebih baik pada kelas eksekutif dibanding ekonomi. Hal tersebut, tentu dipengaruhi oleh faktor harga pada kelas eksekutif yang lebih tinggi dibanding ekonomi. Akan tetapi, Kereta Api Senja Utama Solo telah memberikan fasilitas kursi yang bersih dan nyaman bagi penumpang di kelas ekonomi maupun eksekutif. Didukung oleh observasi langsung peneliti melihat bahwa kursi pada kelas ekonomi telah terbuat dari *stainless steel* atau yang biasa disebut dengan kursi ekonomi premium. Sedangkan pada kelas eksekutif, terasa lebih nyaman oleh jarak antar kursi yang cukup jauh dan dilengkapi dengan akses mengatur posisi tempat duduk.

e. Item pernyataan nomor 5 mengenai kebersihan toilet. Pada kelas ekonomi, responden lebih banyak memberi skor cukup setuju, sedangkan kelas eksekutif lebih banyak pada skor setuju. Hal teresebut dipengaruhi oleh bentuk toilet pada masing-masing kelas. Pada kelas ekonomi terdapat wc jongkok, sedangkan kelas eksekutif terdapat wc duduk. Selain hal itu, fasilitas Kereta Api Senja Utama Solo dalam hal penyediaan toilet yang bersih dan terjaga telah terealisasikan dengan baik pada kelas ekonomi maupun eksekutif. Hal ini didukung pula oleh observasi langsung peneliti, melihat kebersihan toilet kelas ekonomi dan eksekutif dalam keadaan bersih, hanya saja penambahan pengharum ruangan perlu disediakan lebih pada toilet di masinh-masing kelas.

Rata-rata indeks jawaban variabel *Tangible* pada kelas ekonomi diperoleh sebesar 3,62 sedangkan pada kelas eksekutif diperoleh nilai sebesar 4,37. Berdasarkan kategori indeks *score* pada metode skala *Liekrt*, kelas ekonomi berada pada kategori baik, sedangkan kelas eksekutif pada kategori sangat baik. hal ini menunjukkan bahwa bukti fisik kelas eksekutif lebih unggul dibanding kelas ekonomi dengan selisih nilai 0,75.

### 4.2.2. Analisis Deskripsi Variabel *Reliability*

Variabel *Reliability* (Keandalan) dalam penelitian ini memiliki 5 indikator, yakni pelayanan yang teliti dan tepat waktu, kelancaran perjalanan kereta api, kesesuaian nomor tempat duduk, pelayanan petugas dengan baik, kesesuaian harga dengan pelayanan. Gambaran tanggapan responden baik kelas ekonomi maupun eksekutif atas indikator *Reliability* disajikan dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.8. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel *Reliability*

| Kelas | Item Pertanyaan | Skor | | | | | | | | | | Jumlah Sampel | Jumlah Skor | Indeks | Keterangan |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | SS | | S | | CS | | TS | | STS | | | | | |
| | | F | FXS | F | FXS | F | FXS | F | FXS | F | FXS | | | | |
| Ekonomi | X2.1 | 19 | 95 | 44 | 176 | 13 | 39 | 4 | 8 | 0 | 0 | 80 | 318,0 | 3,97 | Baik |
| | X2.2 | 19 | 95 | 36 | 144 | 23 | 69 | 2 | 4 | 0 | 0 | 80 | 312,0 | 3,9 | Baik |
| | X2.3 | 36 | 180 | 32 | 128 | 12 | 36 | 0 | 0 | 0 | 0 | 80 | 344,0 | 4,3 | Sangat Baik |
| | X2.4 | 28 | 140 | 37 | 148 | 14 | 42 | 1 | 2 | 0 | 0 | 80 | 332,0 | 4,15 | Baik |
| | X2.5 | 18 | 90 | 38 | 152 | 21 | 63 | 3 | 6 | 0 | 0 | 80 | 311,0 | 3,88 | Baik |
| Rata-rata | | | | | | | | | | | | | 323,4 | 4,04 | Baik |
| Eksekutif | X2.1 | 37 | 185 | 38 | 152 | 5 | 15 | 0 | 0 | 0 | 0 | 80 | 352,0 | 4,4 | Sangat Baik |
| | X2.2 | 31 | 155 | 46 | 184 | 2 | 6 | 1 | 2 | 0 | 0 | 80 | 347,0 | 4,34 | Sangat Baik |
| | X2.3 | 47 | 235 | 32 | 128 | 1 | 3 | 0 | 0 | 0 | 0 | 80 | 366,0 | 4,76 | Sangat Baik |
| | X2.4 | 31 | 155 | 47 | 188 | 2 | 6 | 0 | 0 | 0 | 0 | 80 | 349,0 | 4,36 | Sangat Baik |
| | X2.5 | 37 | 185 | 38 | 152 | 5 | 15 | 0 | 0 | 0 | 0 | 80 | 352,0 | 4,4 | Sangat Baik |
| Rata-rata | | | | | | | | | | | | | 353,2 | 4,42 | Sangat Baik |

Sumber : Hasil Olah Data Primer, 2018

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa sebagian besar responden mendukung pentingnya Reliabilitas dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Hal ini ditunjukkan dengan respon jawaban responden yang tinggi dalam menyatakan pernyataan secara setuju dan sangat setuju baik pada kelas ekonomi maupun eksekutif, walaupun terdapat beberapa responden yang memilih respon

tidak setuju. Pada kelas ekonomi, tanggapan setuju (skor 4) menjadi pilihan dengan respon terbanyak, sedangkan kelas eksekutif tanggapan setuju (skor 4) dan sangat setuju (skor 5). Artinya, rata-rata responden pada kelas ekonomi dan eksekutif setuju bahwa pelaksanaan pelayanan dalam variabel kehandalan atau reliabilitas Kereta Api Senja Utama Solo telah memadai.

Berikut tanggapan responden berdasarkan masing-masing item pernyataan pada Variabel *Reliability* atau kehandalan pada masing-masing kelas adalah sebagai berikut:

a. Item pernyataan nomor 1 mengenai pemberian pelayanan yang teliti dan tepat waktu. Pada kelas ekonomi dan eksekutif, responden lebih banyak memberi skor setuju. Oleh karena itu, pelayanan yang diberikan tepat waktu baik pada kelas ekonomi maupun eksekutif. Hal ini didukung oleh observasi langsung peneliti saat sedang mencari gerbong yang dituju, petugas langsung memberikan arahan yang tepat dalam menunjukkan urutan gerbong.

b. Item pernyataan nomor 2 mengenai perjalanan kereta yang lancer dan tidak terkendala. Pada kelas ekonomi dan eksekutif, responden lebih banyak memberi skor setuju. Berdasar hal tersebut, Kereta Api Senja Utama Solo memberikan perjalanan yang lancer dan tidak terkendala. Hal ini didukung dengan observasi langsung peneliti mendapatkan perjalanan yang lancer dan tanpa kendala.

c. Item pernyataan nomor 3 mengenai kesesuaian nomor tempat duduk. Pada kelas ekonomi dan eksekutif, responden lebih banyak memberi skor sangat setuju, hal tersebut menunjukkan bahwa pelayanan Kereta Api Senja Utama Solo dalam memberikan nomor tempat duduk sudah tepat sehingga mempermudah penumpang dalam mencari tempat duduk. Hal ini dibuktikan oleh peneliti, saat melihat nomor kursi yang telah urut dan sesuai. Tidak ada nomor kursi yang acak.

d. Item pernyataan nomor 4 mengenai pelayanan petugas dalam melayani konsumen dengan baik. Pada kelas ekonomi dan eksekutif, responden lebih banyak memberi skor setuju. Hal tersebut, menunjukkan bahwa petugas telah memberikan pelayanan yang baik. Didukung oleh observasi langsung peneliti melihat bahwa petugas dapat melayani penumpang dengan baik pada kelas ekonomi maupun eksekutif.

e. Item pernyataan nomor 5 mengenai penetapan harga dengan pelayanan yang diperoleh. Pada kelas ekonomi dan eksekutif, responden lebih banyak memberi skor setuju. Oleh karena itu, responden menganggap bahwa harga yang dikeluarkan telah sesuai dengan pelayanan yang diperoleh.

Rata-rata indeks jawaban variabel *Reliability* pada kelas ekonomi adalah 4,04 sedangkan pada kelas eksekutif diperoleh 4,42. Berdasarkan kategori indeks *score* pada metode skala *Liekrt*, kelas ekonomi berada pada kategori baik, sedangkan kelas eksekutif pada kategori sangat baik. hal ini menunjukkan bahwa kehandalan kelas eksekutif lebih unggul dibanding kelas ekonomi dengan selisih nilai 0,38.

### 4.2.3. Analisis Deskripsi Variabel *Responsiveness* (Ketanggapan)

Variabel *Responsiveness* dalam penelitian ini memiliki 4 indikator, yakni petugas yang tanggap dalam melayani keluhan penumpang, petugas melakukan tindakan secara cepat dan tepat, petugas melakukan tindakan sesuai prosedur, petugas membantu jika ada permasalahan penumpang. Gambaran tanggapan responden baik kelas ekonomi maupun eksekutif atas indikator *Responsiveness* disajikan dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.9. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel *Responsiveness*

| Kelas | Item Pertanyaan | Skor | | | | | | | | | | Jumlah Sampel | Jumlah Skor | Indeks | Keterangan |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | SS | | S | | CS | | TS | | STS | | | | | |
| | | F | FXS | F | FXS | F | FXS | F | FXS | F | FXS | | | | |
| Ekonomi | X3.1 | 15 | 75 | 59 | 236 | 6 | 18 | 0 | 0 | 0 | 0 | 80 | 329,0 | 4,11 | Baik |
| | X3.2 | 15 | 75 | 64 | 256 | 1 | 3 | 0 | 0 | 0 | 0 | 80 | 334,0 | 4,18 | Baik |
| | X3.3 | 16 | 80 | 59 | 236 | 5 | 15 | 0 | 0 | 0 | 0 | 80 | 331,0 | 4,14 | Baik |

| Kelas | Item Pertanyaan | Skor | | | | | | | | | | Jumlah Sampel | Jumlah Skor | Indeks | Keterangan |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | SS | | S | | CS | | TS | | STS | | | | | |
| | | F | FXS | F | FXS | F | FXS | F | FXS | F | FXS | | | | |
| | X3.4 | 15 | 75 | 51 | 204 | 14 | 42 | 0 | 0 | 0 | 0 | 80 | 321,0 | 4,01 | Baik |
| Rata-rata | | | | | | | | | | | | | 328,8 | 4,11 | Baik |
| Eksekutif | X3.1 | 49 | 245 | 30 | 120 | 1 | 3 | 0 | 0 | 0 | 0 | 80 | 368,0 | 4,6 | Sangat Baik |
| | X3.2 | 58 | 290 | 22 | 88 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 80 | 378,0 | 4,73 | Sangat Baik |
| | X3.3 | 65 | 325 | 15 | 60 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 80 | 385,0 | 4,81 | Sangat Baik |
| | X3.4 | 47 | 235 | 30 | 120 | 3 | 9 | 0 | 0 | 0 | 0 | 80 | 364,0 | 4,55 | Sangat Baik |
| Rata-rata | | | | | | | | | | | | | 373,8 | 4,67 | Sangat Baik |

Sumber : Hasil Olah Data Primer, 2018

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa sebagian besar responden mendukung pentingnya Ketanggapan pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Hal ini ditunjukkan dengan respon jawaban responden yang tinggi dalam menyatakan pernyataan secara setuju dan sangat setuju baik pada kelas ekonomi maupun eksekutif. Pada kelas ekonomi tanggapan setuju (skor 4) menjadi pilihan dengan respon terbanyak, sedangkan kelas eksekutif tanggapan sangat setuju (skor 5) memiliki respon terbanyak. Artinya, rata-rata responden pada kelas ekonomi dan eksekutif setuju bahwa pelaksanaan pelayanan mengenai ketanggapan petugas Kereta Api Senja Utama Solo telah memadai.

Berikut tanggapan responden berdasarkan masing-masing item pernyataan pada Variabel *Responsiveness* atau Ketanggapan pada masing-masing kelas adalah sebagai berikut:

a. Item pernyataan nomor 1 mengenai ketanggapan petugas dalam melayani keluhan penumpang. Pada kelas ekonomi responden lebih banyak memberi skor setuju sedangkan kelas eksekutif responden lebih banyak memberi skor sangat setuju. Oleh karena itu, petugas telah tanggap dalam melayani keluhan penumpang baik pada kelas ekonomi maupun eksekutif. Hal ini seperti keluhan penumpang ketika AC terlalu dingin, kemudian petugas langsung mengambil tindakan.

b. Item pernyataan nomor 2 mengenai petugas melakukan tindakan secara cepat dan tepat. Pada kelas ekonomi responden lebih banyak memberi skor

setuju, sedangkan kelas eksekutif lebih banyak memberi skor sangat setuju. Berdasar hal tersebut, Petugas Kereta Api Senja Utama Solo telah pelayanan yang cepat dan tepat terhadap penumpang.

c. Item pernyataan nomor 3 mengenai pelayanan petugas sesuai prosedur. Pada kelas ekonomi responden lebih banyak memberi skor setuju, sedangkan kelas eksekutif lebih banyak memberi skor sangat setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa pelayanan Kereta Api Senja Utama Solo telah dilaksanakan oleh petugas sesuai dengan prosedur.

d. Item pernyataan nomor 4 mengenai petugas membantu permasalahan penumpang. Pada kelas ekonomi responden lebih banyak memberi skor setuju, sedangkan kelas eksekutif lebih banyak memberi skor sangat setuju. Hal tersebut, menunjukkan bahwa petugas sigap dan tanggap dalam membantu permasalahan penumpang.

Rata-rata indeks jawaban variabel *Responsiveness* pada kelas ekonomi adalah 4,11 sedangkan pada kelas eksekutif diperoleh 4,67. Berdasarkan kategori indeks *score* pada metode skala *Liekrt*, kelas ekonomi berada pada kategori baik, sedangkan kelas eksekutif pada kategori sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa daya tanggap kelas eksekutif lebih unggul dibanding kelas ekonomi dengan selisih nilai 0,75.

4.2.4. Analisis Deskripsi Variabel *Assurance* (Jaminan)

Variabel *Assurance* dalam penelitian ini memiliki 5 indikator, yakni petugas berpengalaman dan kompeten di bidangnya, petugas mampu berkomunikasi dengan baik, petugas memberikan informasi yang akurat, kedatangan kereta tepat waktu, keberangkatan kereta selalu tepat waktu, keamanan dan kenyamanan didalam kereta. Gambaran tanggapan responden baik kelas ekonomi maupun eksekutif atas indikator Variabel *Assurance* disajikan dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.10. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel *Assurance*

| Kelas | Item Pertanyaan | Skor | | | | | | | | | | Jumlah Sampel | Jumlah Skor | Indeks | Keterangan |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | SS | | S | | CS | | TS | | STS | | | | | |
| | | F | FXS | F | FXS | F | FXS | F | FXS | F | FXS | | | | |
| Ekonomi | X4.1 | 2 | 10 | 53 | 212 | 24 | 72 | 1 | 2 | 0 | 0 | 80 | 296,0 | 3,7 | Baik |
| | X4.2 | 1 | 5 | 51 | 204 | 27 | 81 | 1 | 2 | 0 | 0 | 80 | 292,0 | 3,65 | Baik |
| | X4.3 | 2 | 10 | 42 | 168 | 32 | 96 | 4 | 8 | 0 | 0 | 80 | 282,0 | 3,53 | Baik |
| | X4.4 | 0 | 0 | 39 | 156 | 34 | 102 | 7 | 14 | 0 | 0 | 80 | 272,0 | 3,4 | Baik |
| | X4.5 | 3 | 15 | 53 | 212 | 22 | 66 | 2 | 4 | 0 | 0 | 80 | 297,0 | 3,71 | Baik |
| Rata-rata | | | | | | | | | | | | | 287,8 | 3,59 | Baik |
| Eksekutif | X4.1 | 31 | 155 | 39 | 156 | 10 | 30 | 0 | 0 | 0 | 0 | 80 | 341,0 | 4,26 | Sangat Baik |
| | X4.2 | 23 | 115 | 55 | 220 | 1 | 3 | 1 | 2 | 0 | 0 | 80 | 340,0 | 4,25 | Sangat Baik |
| | X4.3 | 36 | 180 | 35 | 140 | 9 | 27 | 0 | 0 | 0 | 0 | 80 | 347,0 | 4,34 | Sangat Baik |
| | X4.4 | 34 | 170 | 35 | 140 | 11 | 33 | 0 | 0 | 0 | 0 | 80 | 343,0 | 4,29 | Sangat Baik |
| | X4.5 | 24 | 120 | 49 | 196 | 7 | 21 | 0 | 0 | 0 | 0 | 80 | 337,0 | 4,21 | Sangat Baik |
| Rata-rata | | | | | | | | | | | | | 341,6 | 4,27 | Sangat Baik |

Sumber : Hasil Olah Data Primer, 2018

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa sebagian besar responden mendukung pentingnya Jaminan pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Hal ini ditunjukkan dengan respon jawaban responden yang tinggi dalam menyatakan pernyataan secara setuju baik pada kelas ekonomi maupun eksekutif, walaupun dijumpai beberapa responden yang memilih respon tidak setuju pada masing-masing kelas. Pada kelas ekonomi dan eksekutif, tanggapan setuju (skor 4) menjadi pilihan dengan respon terbanyak. Artinya, rata-rata responden pada kelas ekonomi dan eksekutif setuju bahwa pelayanan Kereta Api Senja Utama Solo telah memadai dalam memberikan jaminan yang sesuai bagi penumpang.

Berikut tanggapan responden berdasarkan masing-masing item pernyataan pada Variabel *Assurance* atau Jaminan pada masing-masing kelas adalah sebagai berikut:

a. Item pernyataan nomor 1 mengenai petugas yang berpengalaman dan berkompeten di bidangnya. Pada kelas ekonomi dan eksekutif, responden lebih banyak memberi skor setuju. Oleh karena itu, penumpang setuju

bahwa petugas Kereta Api Senja Utama Solo telah dibekali dengan pengalaman dan ilmu yang berkompeten di bidangnya.

b. Item pernyataan nomor 2 mengenai pemberian informasi yang akurat oleh petugas. Pada kelas ekonomi dan eksekutif, responden lebih banyak memberi skor setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa pelayanan Kereta Api Senja Utama Solo dalam hal pemberian informasi yang akurat dapat diterima penumpang dengan baik. Contohnya adalah pemberitahuan keterlambatan kereta akibat adanya gangguan diluar teknis seperti longsor dan lain sebagainya disampaikan dengan baik diikuti dengan permohonan maaf.

c. Item pernyataan nomor 3 mengenai kedatangan kereta yang selalu tepat waktu. Pada kelas ekonomi responden lebih banyak memberi skor setuju, sedangkan kelas eksekutif lebih banyak memberikan skor sangat setuju. Hal tersebut, menunjukkan bahwa Kereta Api Senja Utama Solo berusaha memberikan pelayanan terbaik dengan waktu kedatangan kereta yang tepat waktu. Walaupun, dalam hal ini beberapa responden menyatakan tidak setuju. Hal tersebut dikarenakan, responden pernah mengalami keterlambatan kedatangan kereta.

d. Item pernyataan nomor 4 mengenai keberangkatan kereta yang selalu tepat waktu. Pada kelas ekonomi dan eksekutif, responden lebih banyak memberi skor setuju. Hal tersebut, menunjukkan bahwa Kereta Api Senja Utama Solo berusaha memberikan pelayanan terbaik dengan waktu keberangkatan kereta yang tepat waktu. Walaupun, dalam hal ini beberapa responden menyatakan tidak setuju. Hal tersebut dikarenakan, responden pernah mengalami keterlambatan keberangkatan kereta. Ketika peneliti melakukan observasi langsung, keberangkatan kereta api tepat waktu bahkan beberapa menit sebelum berangkat kereta telah siap untuk dimasukki penumpang.

e. Item pernyataan nomor 5 mengenai petugas yang dapat kemanan dan kenyamanan dengan baik. Pada kelas ekonomi dan eksekutif, responden lebih banyak memberi skor setuju. Berdasar hal tersebut, Petugas Kereta Api Senja Utama Solo telah memberikan keamanan dan kenyamanan yang baik terhadap penumpang. Hal ini dapat ditunjukkan pada waktu tertentu Petugas Kereta Api yang terdiri dari Kondektur dan Polsuska meninjau langsung keadaan/situasi kereta api, yang bertujuan untuk memberikan keamanaan dan kenyamanan pada kereta api. Jika ada yang menggangu jalannya Kereta Api (merokok, memicu keributan, dll) petugas akan memberikan sanksi tegas yaitu dengan menurunkan penumpang yang bermasalah di stasiun berikutnya.

Rata-rata indeks jawaban variabel *Assurance* pada kelas ekonomi adalah 3,59 sedangkan pada kelas eksekutif diperoleh 4,27. Berdasarkan kategori indeks *score* pada metode skala *Liekrt*, kelas ekonomi berada pada kategori baik, sedangkan kelas eksekutif pada kategori sangat baik. hal ini menunjukkan bahwa jaminan kelas eksekutif lebih unggul dibanding kelas ekonomi dengan selisih nilai 0,75.0,68.

### 4.2.5. Analisis Deskripsi Variabel *Emphaty* (Empati)

Variabel Empati dalam penelitian ini memiliki 4 indikator, yakni kepedulian petugas kepada penumpang, perhatian petugas kepada kebutuhan dan keinginan penumpang, sikap petugas dalam mengutamakan kepentingan penumpang, petugas bersikap sopan dan ramah. Gambaran tanggapan responden baik kelas ekonomi maupun eksekutif atas indikator Variabel *Emphaty* disajikan dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.11. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel *Emphaty*

| Kelas | Item Pertanyaan | Skor | | | | | | | | | | Jumlah Sampel | Jumlah Skor | Indeks | Keterangan |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | SS | | S | | CS | | TS | | STS | | | | | |
| | | F | FXS | F | FXS | F | FXS | F | FXS | F | FXS | | | | |
| Ekonomi | X5.1 | 17 | 85 | 61 | 244 | 2 | 6 | 0 | 0 | 0 | 0 | 80 | 335,0 | 4,19 | Baik |
| | X5.2 | 10 | 50 | 69 | 276 | 1 | 3 | 0 | 0 | 0 | 0 | 80 | 329,0 | 4,11 | Baik |
| | X5.3 | 9 | 45 | 69 | 276 | 2 | 6 | 0 | 0 | 0 | 0 | 80 | 327,0 | 4,09 | Baik |

| Kelas | Item Pertanyaan | Skor | | | | | | | | | | Jumlah Sampel | Jumlah Skor | Indeks | Keterangan |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | SS | | S | | CS | | TS | | STS | | | | | |
| | | F | FXS | F | FXS | F | FXS | F | FXS | F | FXS | | | | |
| | X5.4 | 24 | 120 | 54 | 216 | 2 | 6 | 0 | 0 | 0 | 0 | 80 | 342,0 | 4,28 | Sangat Baik |
| Rata-rata | | | | | | | | | | | | | 333,3 | 4,17 | Baik |
| Eksekutif | X5.1 | 40 | 200 | 40 | 160 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 80 | 360,0 | 4,5 | Sangat Baik |
| | X5.2 | 55 | 275 | 25 | 100 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 80 | 375,0 | 4,69 | Sangat Baik |
| | X5.3 | 58 | 290 | 22 | 88 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 80 | 378,0 | 4,73 | Sangat Baik |
| | X5.4 | 54 | 270 | 26 | 104 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 80 | 374,0 | 4,68 | Sangat Baik |
| Rata-rata | | | | | | | | | | | | | 371,8 | 4,65 | Sangat Baik |

Sumber : Hasil Olah Data Primer, 2018

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa sebagian besar responden mendukung pentingnya Ketanggapan pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Hal ini ditunjukkan dengan respon jawaban responden yang tinggi dalam menyatakan pernyataan secara setuju dan sangat setuju baik pada kelas ekonomi maupun eksekutif. Pada kelas ekonomi tanggapan setuju (skor 4) menjadi pilihan dengan respon terbanyak, sedangkan kelas eksekutif lebih banyak tanggapan sangat setuju (skor 5) . Artinya, rata-rata responden pada kelas ekonomi dan eksekutif setuju bahwa pelayanan Kereta Api Senja Utama Solo telah memadai dengan memberikan empati petugas kepada penumpang.

Berikut tanggapan responden berdasarkan masing-masing item pernyataan pada Variabel *Emphaty* atau Empati pada masing-masing kelas adalah sebagai berikut:

a. Item pernyataan nomor 1 mengenai kepedulian petugas kepada penumpang. Pada kelas ekonomi responden lebih banyak memberi skor setuju, sedangkan kelas eksekutif memiliki skor sama antara setuju dan sangat setuju. Oleh karena itu, penumpang setuju bahwa petugas Kereta Api Senja Utama Solo telah memberikan kepedulian terhadap penumpang.

b. Item pernyataan nomor 2 mengenai perhatian petugas terhadap kebutuhan dan keinginan penumpang. Pada kelas ekonomi responden lebih banyak memberi skor setuju, sedangkan kelas eksekutif lebih banyak memberikan skor sangat setuju. Berdasar hal tersebut, Petugas Kereta Api Senja Utama

Solo telah memberikan perhatian terhadap kebutuhan dan keinginan penumpang. Hal ini ditunjukkan dengan pemberian keterangan nama dan nomor telepon kondektur yang diletakkan pada dinding masing-masing gerbong. Hal tersebut berguna agar ketika terdapat keluhan, penumpang dapat menghubungi kondektur tersebut dengan mudah.

c. Item pernyataan nomor 3 mengenai sikap mengutamakan kepentingan penumpang. Pada kelas ekonomi responden lebih banyak memberi skor setuju, sedangkan kelas eksekutif lebih banyak memberikan skor sangat setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa pelayanan Kereta Api Senja Utama Solo dalam hal pemberian perhatian terhadap penumpang telah dirasa baik oleh penumpang.

d. Item pernyataan nomor 4 mengenai petugas yang bersikap sopan dan ramah. Pada kelas ekonomi responden lebih banyak memberi skor setuju, sedangkan kelas eksekutif lebih banyak memberikan skor sangat setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa pelayanan pada Kereta Api Senja Utama Solo berusaha memberikan pelayanan terbaik dengan sikap petugas yang ramah dan sopan.

Rata-rata indeks jawaban variabel *Emphaty* pada kelas ekonomi adalah 4,17 sedangkan pada kelas eksekutif diperoleh 4,65. Berdasarkan kategori indeks *score* pada metode skala *Liekrt*, kelas ekonomi berada pada kategori baik, sedangkan kelas eksekutif pada kategori sangat baik. hal ini menunjukkan bahwa empati kelas eksekutif lebih unggul dibanding kelas ekonomi dengan selisih nilai 0,75.

### 4.2.6. Analisis Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan

Variabel Kepuasan Pelanggan dalam penelitian ini memiliki 4 indikator, yakni penumpang merasa senang atas keputusan memilih Kereta Api Senja Utama Solo, memilih Kereta Api Senja Utama Solo merupakan keputusan yang bijaksana, memilih Kereta Api Senja Utama Solo adahal keputusan yang benar, kepuasan penumpang dalam memilih Kereta Api Senja Utama Solo merupakan

pengalaman yang menyenangkan. Gambaran tanggapan responden baik kelas ekonomi maupun eksekutif atas indikator Variabel Kepuasan Pelanggan disajikan dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.12. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan

| Kelas | Item Pertanyaan | Skor | | | | | | | | | | Jumlah Sampel | Jumlah Skor | Indeks | Keterangan |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | SS | | S | | CS | | TS | | STS | | | | | |
| | | F | FXS | F | FXS | F | FXS | F | FXS | F | FXS | | | | |
| Ekonomi | X6.1 | 24 | 120 | 55 | 220 | 1 | 3 | 0 | 0 | 0 | 0 | 80 | 343,0 | 4,29 | Sangat Baik |
| | X6.2 | 20 | 100 | 60 | 240 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 80 | 340,0 | 4,25 | Sangat Baik |
| | X6.3 | 19 | 95 | 59 | 236 | 2 | 6 | 0 | 0 | 0 | 0 | 80 | 337,0 | 4,21 | Sangat Baik |
| | X6.4 | 23 | 115 | 53 | 212 | 4 | 12 | 0 | 0 | 0 | 0 | 80 | 339,0 | 4,23 | Sangat Baik |
| Rata-rata | | | | | | | | | | | | | 339,8 | 4,25 | Sangat Baik |
| Eksekutif | X6.1 | 68 | 340 | 12 | 48 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 80 | 388,0 | 4,85 | Sangat Baik |
| | X6.2 | 63 | 315 | 17 | 68 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 80 | 383,0 | 4,79 | Sangat Baik |
| | X6.3 | 69 | 345 | 11 | 44 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 80 | 389,0 | 4,86 | Sangat Baik |
| | X6.4 | 60 | 300 | 19 | 76 | 1 | 3 | 0 | 0 | 0 | 0 | 80 | 379,0 | 4,74 | Sangat Baik |
| Rata-rata | | | | | | | | | | | | | 384,8 | 4,81 | Sangat Baik |

Sumber : Hasil Olah Data Primer, 2018

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa sebagian besar responden mendukung pentingnya kepuasan pelanggan. Hal ini ditunjukkan dengan respon jawaban responden yang tinggi dalam menyatakan pernyataan secara setuju dan sangat setuju baik pada kelas ekonomi maupun eksekutif. Pada kelas ekonomi tanggapan setuju (skor 4) menjadi pilihan dengan respon terbanyak, sedangkan kelas eksekutif lebih banyak memberikan tanggapan sangat setuju (skor 5). Artinya, rata-rata responden pada kelas ekonomi dan eksekutif setuju bahwa puas terhadap pelayanan Kereta Api Senja Utama Solo. Berikut tanggapan responden berdasarkan masing-masing item pernyataan pada Variabel Kepuasan Pelanggan pada masing-masing kelas adalah sebagai berikut:

a. Item pernyataan nomor 1 mengenai keputusan memilih Kereta Api Senja Utama Solo adalah hal menyenangkan. Pada kelas ekonomi responden lebih banyak memberi skor setuju, sedangkan kelas eksekutif lebih banyak memberi skor sangat setuju. Oleh karena itu, rata-rata penumpang setuju

bahwa memilih Kereta Api Senja Utama Solo adalah hal yang menyenangkan baik pada kelas ekonomi maupun eksekutif.

b. Item pernyataan nomor 2 mengenai keputusan memilih Kereta Api Senja Utama Solo adalah hal yang bijaksana. Pada kelas ekonomi responden lebih banyak memberi skor setuju, sedangkan kelas eksekutif lebih banyak memberikan skor sangat setuju. Berdasar hal tersebut, rata-rata penumpang Kereta Api Senja Utama Solo menganggap bahwa memilih Kereta Api Senja Utama Solo dianggap bijaksana. Bijaksana dalam pengertian ini adalah, memilih satu diantara kereta-kereta pilihan lain yang satu tujuan..

c. Item pernyataan nomor 3 keputusan memilih Kereta Api Senja Utama Solo adalah hal benar sebagai penyedia layanan. Pada kelas ekonomi responden lebih banyak memberi skor setuju, sedangkan kelas eksekutif lebih banyak memberikan skor sangat setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata penumpang Kereta Api Senja Utama Solo menyatakan benar dalam memilih Kereta Api Senja Utama Solo. Benar dalam pengertian ini adalah mendapatkan pelayanan yang baik sesuai dengan harga yang telah dikeluarkan.

d. Item pernyataan nomor 4 mengenai kepuasan pelanggan atau penumpang Kereta Api Senja Utama Solo. Pada kelas ekonomi responden lebih banyak memberi skor setuju, sedangkan kelas eksekutif lebih banyak memberi skor sangat setuju. Hal tersebut, menunjukkan bahwa rata-rata responden pada kelas ekonomi setuju bahwa pelayanan yang diberikan telah memberikan kepuasan terhadap penumpang. Sedangkan, responden pada kelas eksekutif rata-rata sangat setuju bahwa pelayanan yang telah diberikan memberikan kepuasan terhadap penumpang Kereta Api Senja Utama Solo pada kelas eksekutif. Hal tersebut didukung oleh observasi langsung peneliti pada kelas ekonomi maupun eksekutif. Pelayanan yang diberikan telah memberikan kepuasan terhadap peneliti sebagai penumpang Kereta Api Senja Utama Solo.

Rata-rata indeks jawaban Variabel Kepuasan Pelanggan pada kelas ekonomi adalah 4,25 sedangkan pada kelas eksekutif diperoleh 4,81. Berdasarkan kategori indeks *score* pada metode skala *Liekrt*, kelas ekonomi berada pada kategori baik, sedangkan kelas eksekutif pada kategori sangat baik. hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan kelas eksekutif lebih unggul dibanding kelas ekonomi dengan selisih nilai 0,75.

## 4.3. Hasil Uji Instumental

### 4.3.1 Hasil Uji Validitas

Uji Validitas adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur sah / valid tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner (Ghozali, 2001). Metode yang digunakan untuk uji validitas adalah menggunakan *Corected Item Total Correlation.* Jika instrumen tidak valid yaitu jika r hitung lebih kecil dari r tabel (r hitung < r tabel), maka varibel tidak diikutkan lagi. Perhitungan dilakukan dengan jumlah responden sebanyak 160, maka df = 160 – 2 = 158, sehingga r tabel adalah 0,1552. Hasil Uji yang diperoleh sebagai berikut :

Tabel 4.13. Hasil Uji Validitas

| No | Item Pertanyaan Faktor | R Hitung | R Tabel | Keterangan |
|---|---|---|---|---|
| 1 | *Tangible* 1 | 0,544 | 0,1552 | Valid |
| 2 | *Tangible* 2 | 0,521 | 0,1552 | Valid |
| 3 | *Tangible* 3 | 0,494 | 0,1552 | Valid |
| 4 | *Tangible* 4 | 0,616 | 0,1552 | Valid |
| 5 | *Tangible* 5 | 0,669 | 0,1552 | Valid |
| | | | | |
| 1 | *Reliability* 1 | 0,474 | 0,1552 | Valid |
| 2 | *Reliability* 2 | 0,525 | 0,1552 | Valid |
| 3 | *Reliability* 3 | 0,435 | 0,1552 | Valid |
| 4 | *Reliability* 4 | 0,566 | 0,1552 | Valid |
| 5 | *Reliability* 5 | 0,510 | 0,1552 | Valid |
| 1 | *Responsiveness* 1 | 0,419 | 0,1552 | Valid |
| 2 | *Responsiveness* 2 | 0,648 | 0,1552 | Valid |

| No | Item Pertanyaan Faktor | R Hitung | R Tabel | Keterangan |
|---|---|---|---|---|
| 3 | *Responsiveness* 3 | 0,594 | 0,1552 | Valid |
| 4 | *Responsiveness* 4 | 0,456 | 0,1552 | Valid |
| | | | | |
| 1 | *Assurance* 1 | 0,346 | 0,1552 | Valid |
| 2 | *Assurance* 2 | 0,441 | 0,1552 | Valid |
| 3 | *Assurance* 3 | 0,548 | 0,1552 | Valid |
| 4 | *Assurance* 4 | 0,526 | 0,1552 | Valid |
| 5 | *Assurance* 5 | 0,342 | 0,1552 | Valid |
| | | | | |
| 1 | *Emphaty* 1 | 0,540 | 0,1552 | Valid |
| 2 | *Emphaty* 2 | 0,539 | 0,1552 | Valid |
| 3 | *Emphaty* 3 | 0,543 | 0,1552 | Valid |
| 4 | *Emphaty* 4 | 0,389 | 0,1552 | Valid |
| | | | | |
| 1 | Kepuasan Pelanggan 1 | 0,731 | 0,1552 | Valid |
| 2 | Kepuasan Pelanggan 2 | 0,638 | 0,1552 | Valid |
| 3 | Kepuasan Pelanggan 3 | 0,749 | 0,1552 | Valid |
| 4 | Kepuasan Pelanggan 4 | 0,618 | 0,1552 | Valid |

Sumber : Hasil Olah Data Primer, 2018

Berdasarkan Tabel 4.13 diatas, hasil pengujian menunjukan bahwa seluruh instrumen menghasilkan nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel yaitu 0,1552 (r hitung > 0,1552) untuk 160 responden, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen dalam penelitian ini valid.

### 4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk (Ghozali). Metode yang digunakan dalam menentukan tingkat reliabilitas adalah koefisien *Cronbach Alpha* (α). Jika nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60 maka data penelitian dianggap cukup baik dan reliabel untuk digunakan sebagai input dalam proses analisis data (Sugiyono, 2013). Hasil pengukuran diperoleh bahwa koefisien *Cronbach Alpha* pada semua item pertanyaan dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.14. Hasil Uji Reliabilitas

| Reliability Statistic | | | Nilai Standarisasi | Kesimpulan |
|---|---|---|---|---|
| Variabel | *Cronbach's Alpha* | N of Items | | |
| *Tangible* | 0,789 | 5 | 0,60 | Reliabel |
| *Reliability* | 0,739 | 5 | 0,60 | Reliabel |
| *Responsiveness* | 0,731 | 4 | 0,60 | Reliabel |
| *Assurance* | 0,684 | 5 | 0,60 | Reliabel |
| *Emphaty* | 0,714 | 4 | 0,60 | Reliabel |
| Kepuasaan Pelanggan | 0,845 | 4 | 0,60 | Reliabel |

Sumber : Hasil Olah Data Primer, 2018

Berdasarkan hasil uji reliabilitas yang dilakukan menunjukan bahwa koefisien *Cronbach Alpha* pada semua variabel lebih besar dari 0,60, sehingga dapat disimpulkan bahwa hasil pengujian semua variabel yang telah dilakukan reliabel.

## 4.4. Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan analisis regresi linear berganda terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik. Tujuan dari uji asumsi klasik yaitu untuk menguji validitas pada model regresi linear berganda. Uji asumsi klasik ini meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heterokedasitas. Berikut adalah penjelasan dari masing-masing uji asumsi klasik:

### 4.4.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas merupakan asumsi klasik dilakukan dengan menggunakan analisis *Kolmogorov-Smirnov Test,* jika diperoleh nilai signifikasi atau probabilitas lebih dari tingkat alpha 5% atau 0,05, maka sifat data tersebut dapat dikatakan berdistribusi normal. Sebaliknya, jika nilai signifikasi kurang dari tingkat alpha 5%, maka sifat data tidak normal. Uji normalitas juga dapat dilihat dari grafik Normal P-P Plot. Sebaran data dapat dikatakan normal jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Begitu juga sebaliknya, jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model

regresi tidak memenuhi asumsi normalitas. Berikut adalah hasil uji normalitas dari masing-masing kelas kereta api:

1. Kelas Ekonomi

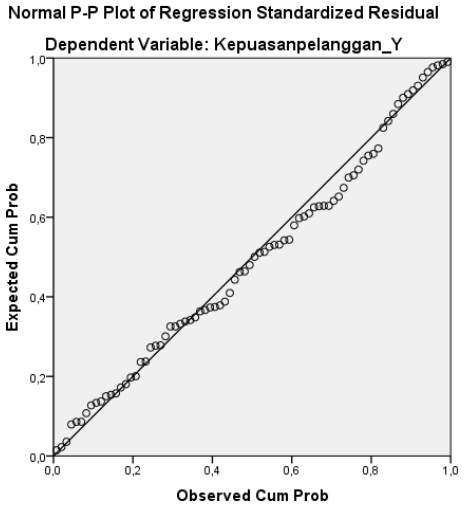
Tabel 4.15. Hasil Uji Normalitas Data Kelas Ekonomi

| *Kolmogorov-Smirnov Z* | *Sig.* |
|---|---|
| 0,610 | 0,850 |

Sumber : Hasil Olah Data Primer, 2018

Berdasarkan Tabel 4.15 Hasil Uji Normalitas Data menunjukan bahwa nilai *Kolmogorov-Smirnov Z* sebesar 0,610 dan signifikansi sebesar 0,850 lebih besar dari alpha 5% atau 0,05. Hal ini menunjukan data pada kelas ekonomi yang digunakan dalam model regresi berdistribusi normal

Gambar 4.1. Grafik Normalitas P-P Plot Regresi Kelas Ekonomi




Sumber : Hasil Olah Data Primer, 2018

Berdasarkan grafik diatas, data kelas ekonomi menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal, maka dapat diasumsikan model regresi memenuhi asumsi normalitas. Dengan demikian pengujian data kelas ekonomi pada variabel *Tangible, reliability, responsiveness, assurance* dan *emphaty* terhadap kepuasan pelanggan berdistribusi normal dan bisa dilanjutkan pada pengujian selanjutnya.

2. Kelas Eksekutif

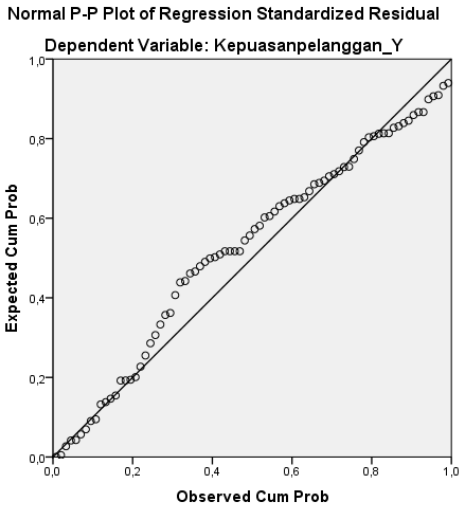
Tabel 4.16. Hasil Uji Normalitas Data Kelas Eksekutif

| *Kolmogorov-Smirnov Z* | *Sig.* |
|---|---|
| 1,112 | 0,169 |

Sumber : Hasil Olah Data Primer, 2018

Berdasarkan Tabel 4.16 Hasil Uji Normalitas Data menunjukan bahwa nilai *Kolmogorov-Smirnov Z* sebesar 1,112 dan signifikansi sebesar 0,169 lebih besar dari alpha 5% atau 0,05. Hal ini menunjukan data pada kelas eksekutif yang digunakan dalam model regresi berdistribusi normal

Gambar 4.2. Grafik Normalitas P-P Plot Regresi Kelas Eksekutif




Sumber : Olah Data Primer, 2018

Berdasarkan grafik diatas, data kelas eksekutif menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal, maka dapat diasumsikan model regresi memenuhi asumsi normalitas. Dengan demikian pengujian data kelas eksekutif pada variabel *Tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty* terhadap kepuasan pelanggan berdistribusi normal dan bisa dilanjutkan pada pengujian selanjutnya.

### 4.4.2 Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah suati situasi adanya korelasi antar varibel-variabel dependen. Dasar pemikiran menjelaskan bahwa model regresi linear klasik

mengasumsikan tidak terjadi multikolinear diantar variabel. Model regresi yang baik statusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independen.

Untuk mengetahui ada tidaknya multikolinearitas dapat dilakukan uji multikolinearitas dengan menganalisis matrik korelasi variabel-variabel independen atau dengan menggunakan perhitungan nilai *Tolerance* dan VIF, jika nilai *tolerance* diatas 0,1 dan nilai VIF dibawah 10, maka variabel independen yang digunakan tidak terjadi permasalahan multikolinearitas. Berikut adalah hasil pengujian multikolinearitas dari masing-masing kelas kereta api:

1. Kelas Ekonomi

Tabel 4.17. Hasil Uji Multikolinearitas Kelas Ekonomi

| Variabel | Collinearity Statistic | |
|---|---|---|
| | Tolerance | VIF |
| *Tangible* | 0,813 | 1,230 |
| *Reliability* | 0,379 | 2,693 |
| *Responsiveness* | 0,384 | 2,603 |
| *Assurance* | 0,759 | 1,317 |
| *Emphaty* | 0,383 | 2,612 |

Sumber : Hasil Olah Data Primer, 2018

Berdasarkan Tabel 4.17 Hasil Uji Multikolinearitas Kelas Ekonomi diatas diperoleh seluruh variabel independen yang digunakan pada model regresi memiliki nilai *tolerance* diatas 0,1 dan nilai VIF dibawah 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas pada variabel independen kelas ekonomi yang digunakan dalam model regresi pada penelitian ini. Artinya semua variabel independen tidak ada kaitan antar satu sama lain.

2. Kelas Eksekutif

Tabel 4.18. Hasil Uji Multikolinearitas Kelas Eksekutif

| Variabel | Collinearity Statistic | |
|---|---|---|
| | Tolerance | VIF |
| *Tangible* | 0,696 | 1,436 |
| *Reliability* | 0,558 | 1,793 |
| *Responsiveness* | 0,774 | 1,292 |
| *Assurance* | 0,652 | 1,535 |
| *Emphaty* | 0,783 | 1,277 |

Sumber : Hasil Olah Data Primer, 2018

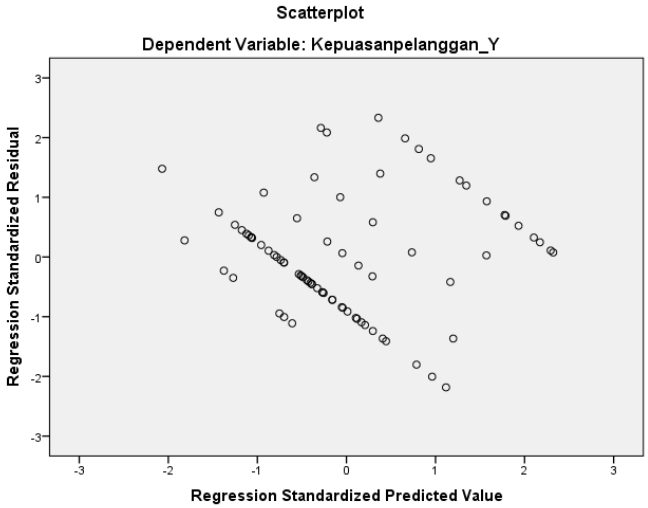
Berdasarkan Tabel 4.18 Hasil Uji Multikolinearitas Kelas Eksekutif diatas diperoleh seluruh variabel independen yang digunakan pada model regresi memiliki nilai *tolerance* diatas 0,1 dan nilai VIF dibawah 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas pada variabel independen kelas eksekutif yang digunakan dalam model regresi pada penelitian ini. Artinya semua variabel independen tidak ada kaitan antar satu sama lain.

### 4.4.3 Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dari uji heteroskedastisitas adalah untuk menguji pada model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah model yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Kriteria untuk menentukan data tidak terjadi heteroskedastisitas yaitu dengan menggunakan grafik *scatterplot*. Pada grafik *scatterplot* jika terdapat pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, menyempit) maka telah terjadi heteroskedastisitas. Begitu juga sebaliknya, jika tidak terdapat pola yang jelas, titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 dan sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedestisitas. Berikut adalah pengujian heteroskedistisitas masing-masing kelas kereta api:

1. Kelas Ekonomi

Gambar 4.3. Grafik *Scatterplot* Kelas Ekonomi

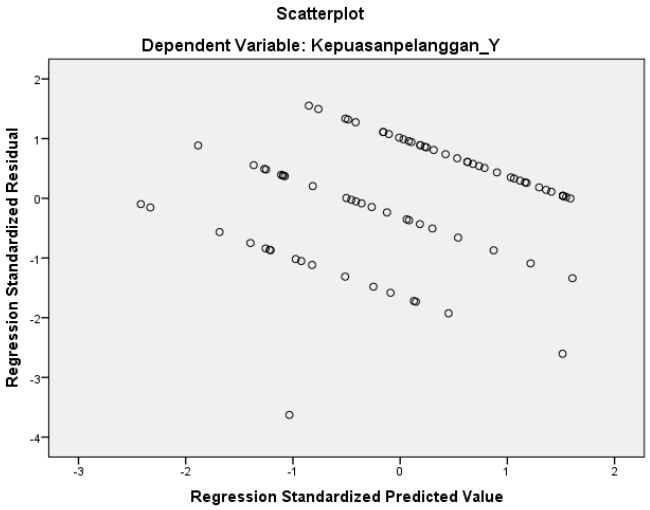



Sumber : Hasil Olah Data Primer,2018

Berdasarkan Gambar 4.3 Grafik *Scatterplot* Kelas Ekonomi diatas hasil uji heteroskedastisitas bahwa tidak terdapat pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka dari sumbu Y, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi yang digunakan.

2. Kelas Eksekutif

Gambar 4.4. Grafik *Scatterplot* Kelas Eksekutif




Sumber : Hasil Olah Data Primer, 2018

Berdasarkan Gambar 4.4 Grafik *Scatterplot* Kelas Eksekutif diatas hasil uji heteroskedastisitas bahwa tidak terdapat pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka dari sumbu Y, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi yang digunakan.

## 4.5. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda dilakukan untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Variabel independen yang diteliti yaitu *tangible* (X1), *reliability* (X2), *responsiveness* (X3), *assurance* (X4), *emphaty* (X5). Variabel dependen yang diteliti adalah kepuasan pelanggan (Y) pada kelas ekonomi kereta api Senja Utama Solo. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 160, terdiri dari 80 responden dari kelas ekonomi dan 80 responden dari kelas eksekutif. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden dan dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda.

Uji hipotesis ini dilihat dari nilai signifikasi, jika nilai signifikasi lebih kecil dari taraf signifikasi 5% ($p < 0,05$) maka Ha diterima, artinya variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai signifikasi lebih besar dari taraf signifikasi 5% ($p > 0,05$) maka Ha ditolak, artinya variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Berikut adalah hasil uji regresi linear berganda dari masing-masing kelas kereta api:

### 4.5.1. Analisis Regresi Linear Berganda Kelas Ekonomi

Tabel 4.19. Hasil Regresi Linear Berganda Kelas Ekonomi

| Variabel | Standardized Coefficients | Sig. |
|---|---|---|
| | Beta | |
| *Tangible* | 0,046 | 0,585 |
| *Reliability* | 0,476 | 0,000 |
| *Responsiveness* | 0,260 | 0,035 |
| *Assurance* | -0,182 | 0,038 |
| *Emphaty* | 0,095 | 0,433 |

Sumber : Hasil Olah Data Primer, 2018

Berdasarkan Tabel 4.19 Hasil Regresi Linear Berganda Kelas Ekonomi diatas maka dapat disusun persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,046X_1 + 0,476X_2 + 0,260X_3 + (-0,182)X_4 + 0,095X_5$$

Berdasarkan persamaan regresi tersebut maka dapat diinterpretasikan masing-masing koefisien sebagai berikut:

1. Nilai koefisien regresi *tangible* (X1) menunjukan nilai yang positif yaitu sebesar 0,046 dan signifikansinya 0,585 mempunyai arti bahwa variabel *tangible* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
2. Nilai koefisien regresi *reliability* (X2) menunjukan nilai yang positif yaitu sebesar 0,476 dan signifikansinya 0,000 mempunyai arti bahwa variabel *reliability* berpengaruh terhadap kepuasan

pelanggan, apabila variabel *reliability* ditingkatkan, maka tingkat kepuasan juga akan meningkat.

3. Nilai koefisien regresi *responsiveness* (X3) menunjukan nilai yang positif yaitu sebesar 0,260 dan signifikansinya 0,035 mempunyai arti bahwa variabel *responsiveness* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, apabila variabel *responsivenss* ditingkatkan, maka tingkat kepuasan juga akan meningkat.

4. Nilai koefisien regresi *assurance* (X4) menunjukan nilai yang negatif yaitu sebesar -0,182 dan signifikansinya 0,038 mempunyai arti bahwa variabel *assurance* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, apabila variabel *assurance* ditingkatkan, maka tingkat kepuasan akan menurun. Artinya bahwa keinginan konsumen sudah melebihi harapan konsumen, jika variabel *assurance* ditingkatkan maka akan sangat jauh melebihi harapan konsumen sehingga dapat menurunkan kepuasan pelanggan.

5. Nilai koefisien regresi *emphaty* (X5) menunjukan nilai yang positif yaitu sebesar 0,095 dan signifikansinya 0,443 mempunyai arti bahwa variabel *emphaty* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

4.5.1.1 Hasil Uji F

Uji digunakan untuk mengetahui pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama (simultan). Jika nilai signifikansi F lebih kecil dari taraf signifikasi 5% (0,05), maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi varibel dependennya. Berikut hasil uji F kelas ekonomi pada tabel 4.7 dibawah ini :

Tabel 4.20. Hasil Regresi Uji F Kelas Ekonomi

| Model | F | Sig. |
|---|---|---|
| Regression | 20,864 | 0,000 |

Sumber : Hasil Olah Data Primer, 2018

Berdasarkan pada Tabel 4.20 Hasil Regresi Uji F Kelas Ekonomi diatas dapat diketahui nilai F hitung sebesar 20,864 dengan signifikansi 0,000 nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 (0,000<0,05). Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel independen yaitu *tangible, reliability, responsiveness, assurance,* dan *emphaty* secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yakni kepuasan pelanggan.

4.5.1.2 Hasil Uji T

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh signifikan antara variabel independen yakni *tangible, reliability, responsiveness, assurance,* dan *emphaty* terhadap variabel dependen yakni kepuasan pelanggan secara individu (parsial). Uji ini dilakukan dengan menggunakan model regresi linear berganda. Uji hipotesis ini dilihat dari nilai signifikansi, jika nilai signifikansi lebih kecil dari taraf signifikansi 5% (p < 0,05), maka Ha diterima, artinya variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependennya. Sebaliknya jika nilai signifikansi lebih besar dari taraf signifikansi 5% (p > 0,05), maka Ha ditolak, artinya variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 4.21. Hasil Uji T Kelas Ekonomi

| Variabel | *Alpha* | Sig. |
|---|---|---|
| *Tangible* | 0,05 | 0,585 |
| *Reliability* | 0,05 | 0,000 |
| *Responsiveness* | 0,05 | 0,035 |
| *Assurance* | 0,05 | 0,038 |
| *Emphaty* | 0,05 | 0,433 |

Sumber : Hasil Olah Data Primer, 2018

1. Pengujian Hipotesi *Tangible* (X1)

   Berdasarkan Tabel 4.21 Hasil Regresi Linear Berganda Kelas Ekonomi diperoleh nilai signifikansi *tangible* sebesar 0,585, hasil tersebut lebih besar dari nilai taraf signifikansi 5% (0,585>0,05), maka secara individu (parsial) variabel *tangible* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. *Tangible* yang dimaksud dalam penelitian ini adalah bukti nyata yang ada didalam kereta api Senja Utama Solo yang mencakup

antara lain teknologi yang digunakan, kualitas layanan restorasi, kualitas AC, dan kualitas kursi kereta, dan kebersihan toilet kereta.

2. Pengujian Hipotesi *Reliability* (X2)

   Berdasarkan Tabel 4.21 Hasil Regresi Linear Berganda Kelas Ekonomi diperoleh nilai signifikansi *reliability* sebesar 0,000, hasil tersebut lebih kecil dari nilai taraf signifikansi 5% (0,000<0,05), maka secara individu (parsial) variabel *reliability* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. *Reliability* yang dimaksud dalam penelitian ini adalah keandalan yang ada didalam kereta api Senja Utama Solo yang mencakup antara lain pelayanan yang teliti dan tepat waktu, perjalanan kereta api selalu lancar, kesesuaian nomor tempat duduk, petugas menerima dan melayani konsumen dengan baik, penetapan harga sesuai dengan pelayanan.

3. Pengujian Hipotesi *Responsiveness* (X3)

   Berdasarkan Tabel 4.21 Hasil Regresi Linear Berganda Kelas Ekonomi diperoleh nilai signifikansi *responsiveness* sebesar 0,035, hasil tersebut lebih kecil dari nilai taraf signifikansi 5% (0,035<0,05), maka secara individu (parsial) variabel *responsiveness* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. *Responsiveness* yang dimaksud dalam penelitian ini adalah Kesigapan yang ada didalam kereta api Senja Utama Solo yang mencakup antara lain petugas tanggap melayani keluhan penumpang, melakukan tindakan secara cepat dan tepat, melakukan tindakan sesuai prosedur, dan membantu jika ada permasalahan penumpang

4. Pengujian Hipotesi *Assurance* (X4)

   Berdasarkan Tabel 4.21 Hasil Regresi Linear Berganda Kelas Ekonomi diperoleh nilai signifikansi *assurance* sebesar 0,038, hasil tersebut lebih kecil dari nilai taraf signifikansi 5% (0,038<0,05), maka secara individu (parsial) variabel *assurance* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. *Assurance* yang dimaksud dalam penelitian ini adalah jaminan

yang ada didalam kereta api Senja Utama Solo yang mencakup antara lain petugas berpengalaman dan kompeten dibidangnya, memberikan informasi yang akurat, kedatangan dan keberangkatan kereta selalu tepat waktu, keamanan dan kenyamanan didalam kereta

5. Pengujian Hipotesi *Emphaty* (X5)

   Berdasarkan Tabel 4.21 Hasil Regresi Linear Berganda Kelas Ekonomi diperoleh nilai signifikansi *emphaty* sebesar 0,433, hasil tersebut lebih besar dari nilai taraf signifikansi 5% (0,433>0,05), maka secara individu (parsial) variabel *emphaty* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. *Emphaty* yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kepedulian yang ada didalam kereta api Senja Utama Solo yang mencakup antara lain kepedulian petugas kepada penumpang, perhatian terhadap kebutuhan dan keinginan penumpang, sikap mengutamakan kepentingan penumpang, petugas bersikap sopan dan ramah.

4.5.1.3 Hasil Koefisien Determinasi

Tabel 4.22. Hasil Regresi Koefisien Determinan Kelas Ekonomi

| *R* | *Adjusted R Square* |
|---|---|
| 0,765 | 0,557 |

Sumber : Hasil Olah Data Primer, 2018

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa kuat hubungan antar variabel independen yang diteliti. Berdasarkan tabel 4.22 Hasil Regresi Deteminan Kelas Ekonomi diatas terdapat nilai R sebesar 0,765. Hasil tersebut lebih besar dari taraf signifikansi 5% (0,765 > 0,05). Hal ini berarti hubungan antara variabel independen yakni *tangible, reliability, responsiveness, assurance,* dan *emphaty* mempunyai hubungan kuat terhadap variabel dependen yakni kepuasan pelanggan.

Berdasarkan tabel 4.22 Hasil Regresi Deteminan Kelas Ekonomi diatas juga diperoleh nilai *adjusted* $R^2$ sebesar 0,557 atau dibulatkan menjadi 56%. Hal ini berarti 56% kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel independen yakni *tangible, reliability, responsiveness, assurance,* dan *emphaty.* Sisanya 44%

dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukan dalam model tranformasi regresi.

4.5.2. Analisis Regresi Linear Berganda Kelas Eksekutif

Tabel 4.23. Hasil Regresi Linear Berganda Kelas Eksekutif

| Variabel | Standardized Coefficients | Sig. |
|---|---|---|
| | Beta | |
| *Tangible* | -0,309 | 0,010 |
| *Reliability* | 0,261 | 0,048 |
| *Responsiveness* | 0,244 | 0,030 |
| *Assurance* | 0,108 | 0,370 |
| *Emphaty* | 0,223 | 0,046 |

Sumber : Hasil Olah Data Primer, 2018

Berdasarkan Tabel 4.23 Hasil Regresi Linear Berganda Kelas Eksekutif diatas maka dapat disusun persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = (-0,309)X_1 + 0,261X_2 + 0,244X_3 + 0,108X_4 + 0,223X_5$$

Berdasarkan persamaan regresi tersebut maka dapat diinterpretasikan masing-masing koefisien sebagai berikut:

1. Nilai koefisien regresi *tangible* (X1) menunjukan nilai yang negatif yaitu sebesar -0,309 dan signifikansinya 0,010 mempunyai arti bahwa variabel *tangible* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, apabila variabel *tangible* ditingkatkan, maka tingkat kepuasan akan menurun. Artinya bahwa keinginan konsumen sudah melebihi harapan konsumen, jika variabel *tangible* ditingkatkan maka akan sangat jauh melebihi harapan konsumen sehingga dapat menurunkan kepuasan pelanggan.

2. Nilai koefisien regresi *reliability* (X2) menunjukan nilai yang positif yaitu sebesar 0,261 dan signifikansinya 0,048 mempunyai arti bahwa variabel *reliability* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, apabila variabel *reliability* ditingkatkan, maka tingkat kepuasan juga akan meningkat.

3. Nilai koefisien regresi *responsiveness* (X3) menunjukan nilai yang positif yaitu sebesar 0,244 dan signifikansinya 0,030 mempunyai arti bahwa variabel *responsiveness* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, apabila variabel *responsivenss* ditingkatkan, maka tingkat kepuasan juga akan meningkat.

4. Nilai koefisien regresi *assurance* (X4) menunjukan nilai yang negatif yaitu sebesar 0,108 dan signifikansinya 0,370 mempunyai arti bahwa variabel *assurance* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

5. Nilai koefisien regresi *emphaty* (X5) menunjukan nilai yang positif yaitu sebesar 0,223 dan signifikansinya 0,046 mempunyai arti bahwa variabel *emphaty* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, apabila variabel *emphaty* ditingkatkan, maka tingkat kepuasaan juga akan meningkat.

4.5.2.1 Hasil Uji F

Tabel 4.24. Hasil Regresi Uji F Kelas Eksekutif

| Model | F | Sig. |
|---|---|---|
| Regression | 6,415 | 0,000 |

Sumber : Hasil Olah Data Primer, 2018

Berdasarkan pada Tabel 4.24 Hasil Regresi Uji F Kelas Eksekutif diatas dapat diketahui nilai F hitung sebesar 6,415 dengan signifikansi 0,000 nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 (0,000<0,05). Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel independen yaitu *tangible, reliability, responsiveness, assurance,* dan *emphaty* secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yakni kepuasan pelanggan.

4.5.2.2 Hasil Uji T

Tabel 4.25. Hasil Regresi Uji T Kelas Eksekutif

| Variabel | *Alpha* | Sig. |
|---|---|---|
| *Tangible* | 0,05 | 0,585 |
| *Reliability* | 0,05 | 0,000 |
| *Responsiveness* | 0,05 | 0,035 |

| Variabel | *Alpha* | Sig. |
|---|---|---|
| *Assurance* | 0,05 | 0,038 |
| *Emphaty* | 0,05 | 0,433 |

Sumber : Hasil Olah Data Primer, 2018

1. Pengujian Hipotesi *Tangible* (X1)

   Berdasarkan Tabel 4.25 Hasil Regresi Linear Berganda Kelas Eksekutif diperoleh nilai signifikansi *tangible* sebesar 0,010, hasil tersebut lebih kecil dari nilai taraf signifikansi 5% (0,010<0,05), maka secara individu (parsial) variabel *tangible* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. *Tangible* yang dimaksud dalam penelitian ini adalah bukti nyata yang ada didalam kereta api Senja Utama Solo yang mencakup antara lain teknologi yang digunakan, kualitas layanan restorasi, kualitas AC, dan kualitas kursi kereta, dan kebersihan toilet kereta.

2. Pengujian Hipotesi *Reliability* (X2)

   Berdasarkan Tabel 4.25 Hasil Regresi Linear Berganda Kelas Eksekutif diperoleh nilai signifikansi *reliability* sebesar 0,048, hasil tersebut lebih kecil dari nilai taraf signifikansi 5% (0,048<0,05), maka secara individu (parsial) variabel *reliability* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. *Reliability* yang dimaksud dalam penelitian ini adalah keandalan yang ada didalam kereta api Senja Utama Solo yang mencakup antara lain pelayanan yang teliti dan tepat waktu, perjalanan kereta api selalu lancar, kesesuaian nomor tempat duduk, petugas menerima dan melayani konsumen dengan baik, penetapan harga sesuai dengan pelayanan.

3. Pengujian Hipotesi *Responsiveness* (X3)

   Berdasarkan Tabel 4.25 Hasil Regresi Linear Berganda Kelas Ekosekutif diperoleh nilai signifikansi *responsiveness* sebesar 0,030, hasil tersebut lebih kecil dari nilai taraf signifikansi 5% (0,030<0,05), maka secara individu (parsial) variabel *responsiveness* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. *Responsiveness* yang dimaksud dalam penelitian ini adalah Kesigapan yang ada didalam kereta api Senja Utama Solo yang

mencakup antara lain petugas tanggap melayani keluhan penumpang, melakukan tindakan secara cepat dan tepat, melakukan tindakan sesuai prosedur, dan membantu jika ada permasalahan penumpang

4. Pengujian Hipotesi *Assurance* (X4)

   Berdasarkan Tabel 4.25 Hasil Regresi Linear Berganda Kelas Eksekutif diperoleh nilai signifikansi *assurance* sebesar 0,370, hasil tersebut lebih besar dari nilai taraf signifikansi 5% (0,370>0,05), maka secara individu (parsial) variabel *assurance* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. *Assurance* yang dimaksud dalam penelitian ini adalah jaminan yang ada didalam kereta api Senja Utama Solo yang mencakup antara lain petugas berpengalaman dan kompeten dibidangnya, memberikan informasi yang akurat, kedatangan dan keberangkatan kereta selalu tepat waktu, keamanan dan kenyamanan didalam kereta.

5. Pengujian Hipotesi *Emphaty* (X5)

   Berdasarkan Tabel 4.25 Hasil Regresi Linear Berganda Kelas Eksekutif diperoleh nilai signifikansi *emphaty* sebesar 0,046, hasil tersebut lebih kecil dari nilai taraf signifikansi 5% (0,046<0,05), maka secara individu (parsial) variabel *emphaty* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. *Emphaty* yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kepedulian yang ada didalam kereta api Senja Utama Solo yang mencakup antara lain kepedulian petugas kepada penumpang, perhatian terhadap kebutuhan dan keinginan penumpang, sikap mengutamakan kepentingan penumpang, petugas bersikap sopan dan ramah.

#### 4.5.2.3 Hasil Koefisien Determinasi

Tabel 4.26. Hasil Regresi Koefisien Determinan Kelas Eksekutif

| *R* | *Adjusted R Square* |
|---|---|
| 0,765 | 0,557 |

Sumber : Hasil Olah Data Primer, 2018

Berdasarkan tabel 4.26 Hasil Regresi Deteminan Kelas Eksekutif diatas terdapat nilai R sebesar 0,550. Hasil tersebut lebih besar dari taraf signifikansi 5%

(0,550 > 0,05). Hal ini berarti hubungan antara variabel independen yakni *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* mempunyai hubungan kuat terhadap variabel dependen yakni kepuasan pelanggan.

Berdasarkan tabel 4.26 Hasil Regresi Deteminan Kelas Eksekutif diatas juga diperoleh nilai *adjusted* $R^2$ sebesar 0,255 atau dibulatkan menjadi 25%. Hal ini berarti 25% kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel independen yakni *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty*. Sisanya 75% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukan dalam model tranformasi regresi.

## 4.6. Analisis Perbandingan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

### 4.6.1 Analisis Perbandingan Berdasarkan Indeks Rata-Rata Jawaban

Untuk melihat perbandingan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, penulis menggunakan indeks rata-rata jawaban dengan metode skala *Liekrt*. Berikut adalah hasil analisis perbandingan pada masing-masing kelas:

Tabel 4.27. Perbandingan Indeks Rata-Rata Tanggapan Responden Kelas Ekonomi dan Eksekuti Tentang Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan

| No | Indeks Rata-rata Kelas Ekonomi | | Keterangan | Indeks Rata-rata Kelas Eksekutif | | Keterangan |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | Variabel | Indeks | | Variabel | Indeks | |
| 1 | Tangible (X1) | 3,62 | Baik | Tangible (X1) | 4,37 | Sangat Baik |
| 2 | Reliability (X2) | 4,04 | Baik | Reliability (X2) | 4,42 | Sangat Baik |
| 3 | Responsiveness (X3) | 4,11 | Baik | Responsiveness (X3) | 4,67 | Sangat Baik |
| 4 | Assurance (X4) | 3,59 | Baik | Assurance (X4) | 4,27 | Sangat Baik |
| 5 | Emphaty (X5) | 4,17 | Baik | Emphaty (X5) | 4,65 | Sangat Baik |
| 6 | Kepuasan Pelanggan (Y) | 4,25 | Sangat Baik | Kepuasan Pelanggan (Y) | 4,81 | Sangat Baik |

Sumber : Hasil Olah Data Primer, 2018

Berdasarkan Tabel 4.27 diatas, terdapat indeks rata-rata tanggapan responden digunakan untuk menghitung perbandingan kualitas pelayanan antara kelas ekonomi dan eksekutif. Berikut analisis perbandingan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan kereta api Senja Utama Solo :

1. Analisis perbandingan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan kelas ekonomi dan eksekutif ditinjau dari *tangible* (bukti fisik) diperoleh indeks rata-rata tanggapan responden kelas ekonomi dengan eksekutif adalah sebesar 3,62 < 4,37. Berdasarkan kategori indeks *score* pada metode skala *Liekrt*, kelas ekonomi berada pada kategori baik, sedangkan kelas eksekutif pada kategori sangat baik dengan selisih nilai 0,75. Hal ini menunjukan bahwa kelas eksekutif lebih baik daripada kelas ekonomi ditinjau dari *tangible* (bukti fisik).

2. Analisis perbandingan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan kelas ekonomi dan eksekutif ditinjau dari *reliability* (keandalan) diperoleh indeks rata-rata tanggapan responden kelas ekonomi dengan eksekutif adalah sebesar 4,04 < 4,42. Berdasarkan kategori indeks *score* pada metode skala *Liekrt*, kelas ekonomi berada pada kategori baik, sedangkan kelas eksekutif pada kategori sangat baik dengan selisih nilai 0,38. Hal ini menunjukan bahwa kelas eksekutif lebih baik daripada kelas ekonomi ditinjau dari *reliability* (keandalan).

3. Analisis perbandingan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan kelas ekonomi dan eksekutif ditinjau dari *responsiveness* (ketanggapan) diperoleh indeks rata-rata tanggapan responden kelas ekonomi dengan eksekutif adalah sebesar 4,11 < 4,67. Berdasarkan kategori indeks *score* pada metode skala *Liekrt*, kelas ekonomi berada pada kategori baik, sedangkan kelas eksekutif pada kategori sangat baik dengan selisih nilai 0,56. Hal ini menunjukan bahwa kelas eksekutif lebih baik daripada kelas ekonomi ditinjau dari *responsiveness* (ketanggapan) dengan selisih nilai.

4. Analisis perbandingan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan kelas ekonomi dan eksekutif ditinjau dari *assurance* (jaminan) diperoleh indeks rata-rata tanggapan responden kelas ekonomi dengan eksekutif adalah sebesar 3,59 < 4,27. Berdasarkan kategori indeks *score* pada metode skala *Liekrt*, kelas ekonomi berada pada kategori baik, sedangkan kelas eksekutif pada kategori sangat baik dengan selisih nilai 0,68. Hal ini

menunjukan bahwa kelas eksekutif lebih baik daripada kelas ekonomi ditinjau dari *assurance* (jaminan).

5. Analisis perbandingan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan kelas ekonomi dan eksekutif ditinjau dari *emphaty* (empati) diperoleh indeks rata-rata tanggapan responden kelas ekonomi dengan eksekutif adalah sebesar 4,17 < 4,65. Berdasarkan kategori indeks *score* pada metode skala *Liekrt*, kelas ekonomi berada pada kategori baik, sedangkan kelas eksekutif pada kategori sangat baik dengan selisih nilai 0,48. Hal ini menunjukan bahwa kelas eksekutif lebih baik daripada kelas ekonomi ditinjau dari *emphaty* (empati).

6. Analisis perbandingan kepuasan pelanggan kelas ekonomi dengan kelas eksekutif diperoleh indeks rata-rata tanggapan responden adalah sebesar 4,25 < 4,81. Berdasarkan kategori indeks *score* pada metode skala *Liekrt*, baik kelas ekonomi dan kelas eksekutif berada pada kategori sangat baik dengan selisih nilai 0,56. Hal ini menujukan bahwa kelas eksekutif lebih unggul daripada kelas ekonomi ditinjau dari kepuasan pelanggan.

Berdasarkan perbandingan indeks rata-rata diatas, kepuasan pelanggan baik kelas eksekutif maupun kelas ekonomi menunjukan hasil pada kategori sangat baik. Hal ini menunjukan bahwa pelanggan pada kelas eksekutif dan ekonomi sudah merasa puas terhadap kualitas pelayanan yang di berikan oleh perusahaan. Akan tetapi, dilihat dari indeks rata-rata, kepuasan pelanggan kelas eksekutif lebih unggul dibanding kelas ekonomi. Hal ini juga didukung dari perbandingan tiap variabel kualitas pelayanan, kelas eksekutif lebih unggul dibanding kelas ekonomi dari seluruh variabel kualitas pelayanan.

### 4.6.2 Analisis Perbandingan Berdasarkan *Independent T Test*

Uji *Independent T Test* merupakan salah satu jenis uji beda dua rata-rata (*mean)* yang menggunakan 2 kelompok yang bebas (*Independent).* Arti dalam *independent* tersebut adalah tidak terdapat keterkaitan antara 2 kelompok. Sebelum melakukan uji *Independent T Test*, dibutuhkan uji normalitas sebagai

syarat yang harus dipenuhi. Uji Parametrik yang digunakan untuk mengetahui perbandingan rata-rata dalam penelitian ini adalah *Independent T Test* (Sudjana, 2005). Uji *Independent T Test* digunakan dengan alasan penelitian berasal dari responden yang diklasifikasikan kedalam 2 kelompok saling bebas, yakni ekonomi dan eksekutif yang kemudian akan diuji untuk melihat perbandingan kepuasan pelanggan berdasarkan kelas kereta.

Tabel 4.28. Hasil Perbandingan Rata-rata pada Uji *Independent T Test*

| Variabel | Mean | |
|---|---|---|
| | Eksekutif | Ekonomi |
| *Tangible* | 21,86 | 18,11 |
| *Reliability* | 22,08 | 20,21 |
| *Responsiveness* | 18,69 | 16,44 |
| *Assurance* | 21,35 | 17,99 |
| *Emphaty* | 18,59 | 16,66 |
| Kepuasan Pelanggan | 19,24 | 16,99 |

Sumber : Hasil Olah Data Primer, 2018

Berdasarkan hasil uji *Independent T Test*, diperoleh hasil rata-rata nilai tiap kelas kerata yang ditujukkan pada kolom *Mean*. Dari tabel tersebut, menunjukkan perbedaan untuk perbandingan kelas eksekutif dan ekonomi:

1. Variabel *tangible* pada kelas eksekutif lebih tinggi daripada kelas ekonomi yakni 21,86 > 18,11.
2. Variabel *reliability*, kelas eksekutif memiliki nilai lebih tinggi dibanding kelas ekonomi, dengan nilai 22,08 > 20,21.
3. Variabel *responsiveness*, kelas eksekutif lebih unggul dibanding kelas ekonomi sebesar 18,69 > 16,44.
4. Variabel a*ssurance*, kelas eksekutif lebih tinggi dibanding ekonomi, dengan nilai 21,35 > 17,99.
5. Variabel *emphaty*, kelas eksekutif memiliki nilai rata-rata lebih unggul dibandingkan dengan ekonomi, dengan nilai sebesar 18,59 > 16, 66.
6. Variabel dependent yaitu kepuasan pelanggan, kelas eksekutif memiliki nilai lebih tinggi dibandingkan dengan kelas ekonomi dengan nilai sebesar 19,24 > 16,99.

Hal ini menunjukkan bahwa, kelas eksekutif memiliki tingkat kepuasan yang lebih tinggi dibandingkan dengan kelas ekonomi dilihat pada seluruh variabel independen ( *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty)* dan variabel dependen yakni kepuasan pelanggan. Berikut adalah hasil statistik uji *Independent T Test* untuk melihat apakah terdapat perbedaan yang signifikan antara kedua kelas kereta api.

Tabel 4.29. Hasil Uji Statistik *Independen T Test*

| Variabel | *Sig.* | *Alpha* | Keterangan |
|---|---|---|---|
| *Tangible* | 0,000 | 0,05 | Terdapat perbedaan signifikan antara *Tangible* kelas eksekutif dan ekonomi |
| *Reliability* | 0,000 | 0,05 | Terdapat perbedaan signifikan antara *Reliability* kelas eksekutif dan ekonomi |
| *Responsiveness* | 0,000 | 0,05 | Terdapat perbedaan signifikan antara *Responsiveness* kelas eksekutif dan ekonomi |
| *Assurance* | 0,000 | 0,05 | Terdapat perbedaan signifikan antara *Assurance* kelas eksekutif dan ekonomi |
| *Emphaty* | 0,000 | 0,05 | Terdapat perbedaan signifikan antara *Emphaty* kelas eksekutif dan ekonomi |
| *Kepuasan Pelanggan* | 0,000 | 0,05 | Terdapat perbedaan signifikan antara Kepuasan Pelanggan kelas eksekutif dan ekonomi |

Sumber: Hasil Olah Data Primer, 2018

Berdasarkan data diatas, dapat dilihat bahwa semua variabel independen (*tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty)* dan variabel dependen yakni kepuasaan pelanggan memiliki perbedaan yang signifikan (0.000 < 0,05), maka dari itu seluruh variabel menerima Ho. Artinya, kualitas pelayanan Kereta Api Senja Utama Solo pada seluruh variabel memiliki perbedaan yang signifikan antara Kelas Ekonomi dan Eksekutif. Berdasarkan perbandingan, kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna Kereta Api Senja Utama Solo memiliki perbedaan yang signifikan diantara kelas eksekutif dan ekonomi.

Hasil ini memberikan bukti secara empiris bahwa kualitas pelayanan pada kelas eksekutif lebih baik daripada kelas ekonomi. Semakin baiknya kualitas pelayanan kereta api Senja Utama Solo, semakin tercapainya kepuasan pelanggan,

sehingga sangat memungkinkan konsumen memiliki komitmen untuk melakukan pembelian ulang dan menjadi konsumen yang potensial. Sebaliknya jika semakin buruk kualitas pelayanan kereta api Senja Utama Solo, semakin tidak tercapainya kepuasan pelanggan, sehingga konsumen akan memilih jasa transportasi alternatif lain.

# BAB V
# KESIMPULAN

## 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan dan analisis mengenai perbandingan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Kereta Api Senja Utama Solo, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh yang signifikan variabel *tangible* terhadap kepuasan pelanggan pada kelas eksekutif diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,010 < 0,050. Sedangkan pada kelas ekonomi, tidak adanya pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan diperoleh nilai signifikansi 0,585 > 0,050.
2. Terdapat pengaruh yang signifikan variabel *reliability* terhadap kepuasan pelanggan pada kelas eksekutif dan ekonomi. Pada kelas eksekutif diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,048 < 0,050. Sedangkan pada kelas ekonomi diperoleh nilai signifikansi 0,000 < 0,050.
3. Terdapat pengaruh yang signifikan variabel *responsiveness* terhadap kepuasan pelanggan pada kelas eksekutif dan ekonomi. Pada kelas eksekutif diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,030 < 0,050. Sedangkan pada kelas ekonomi diperoleh nilai signifikansi 0,035 < 0,050.
4. Tidak adanya pengaruh yang signifikan variabel *assurance* terhadap kepuasan pelanggan pada kelas eksekutif dengan diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,048 < 0,050. Sedangkan pada kelas ekonomi terdapat pengaruh yang signifikan dengan diperoleh nilai signifikansi 0,038 < 0,050.
5. Terdapat pengaruh yang signifikan variabel *emphaty* terhadap kepuasan pelanggan pada kelas eksekutif diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,046 < 0,050. Sedangkan pada kelas ekonomi, tidak adanya pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan diperoleh nilai signifikansi 0,433 > 0,050.

6. Terdapat perbandingan kualitas pelayanan terhadap kepuasaan pelanggan menggunakan dua metode yang digunakan yakni Indeks rata-rata tanggapan (metode skala *Liekrt*) dan *Independent T Test.*
    a. Indeks Rata-Rata Jawaban
    - Pada variabel *tangible*, kelas eksekutif lebih unggul dibanding kelas ekonomi dengan diperoleh indeks *score* sebesar 4,37 > 3,62 pada kategori sangat baik untuk kelas eksekutif dan kategori baik untuk kelas ekonomi dengan selisih nilai 0,75.
    - Pada variabel *reliability*, kelas eksekutif lebih unggul dibanding kelas ekonomi dengan diperoleh indeks *score* sebesar 4,42 > 4,04 pada kategori sangat baik untuk kelas eksekutif dan kategori baik untuk kelas ekonomi dengan selisih nilai 0,38.
    - Pada variabel *responsiveness*, kelas eksekutif lebih unggul dibanding kelas ekonomi dengan diperoleh indeks *score* sebesar 4,67 > 4,11 pada kategori sangat baik untuk kelas eksekutif dan kategori baik untuk kelas ekonomi dengan selisih nilai 0,56.
    - Pada variabel *assurance*, kelas eksekutif lebih unggul dibanding kelas ekonomi dengan diperoleh indeks *score* sebesar 4,27 > 3,59 pada kategori sangat baik untuk kelas eksekutif dan kategori baik untuk kelas ekonomi dengan selisih nilai 0,68.
    - Pada variabel *emphaty*, kelas eksekutif lebih unggul dibanding kelas ekonomi dengan diperoleh indeks *score* sebesar 4,65 > 4,17 pada kategori sangat baik untuk kelas eksekutif dan kategori baik untuk kelas ekonomi dengan selisih nilai 0,48.
    - Pada variabel dependen yakni kepuasaan pelanggan, kelas eksekutif lebih unggul dibanding kelas ekonomi dengan diperoleh indeks *score* sebesar 4,81 > 4,25 pada kategori sangat baik untuk kelas eksekutif dan kelas ekonomi dengan selisih nilai 0,56.

b. *Independent T Test*

- Pada variabel *tangible,* kelas eksekutif lebih tinggi daripada kelas ekonomi yakni 21,86 > 18,11.
- Pada variabel *reliability,* kelas eksekutif memiliki nilai lebih tinggi dibanding kelas ekonomi, dengan nilai 22,08 > 20,21.
- Pada variabel *responsiveness*, kelas eksekutif masih lebih unggul dibanding kelas ekonomi sebesar 18,69 > 16,44.
- Pada variabel a*ssurance,* kelas eksekutif lebih tinggi dibanding ekonomi, dengan nilai 21,35 > 17,99.
- Pada variabel *emphaty,* kelas eksekutif lebih unggul dibandingkan dengan ekonomi, dengan nilai sebesar 18,59 > 16, 66.
- Pada variabel dependent yaitu kepuasan pelanggan, kelas eksekutif memiliki nilai lebih tinggi dibandingkan dengan kelas ekonomi dengan nilai sebesar 19,24 > 16,99.

## 5.2. Saran

Saran-saran yang dapat diberikan peneliti mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada kelas eksekutif dan kelas ekonomi pada Kereta Api Senja Utama Solo adalah sebagai berikut:

a) Dalam kaitannya dengan *tangible* (bukti fisik) yang ada pada kelas eksekutif dan ekonomi secara umum sudah baik, namun pada kelas eksekutif tidak perlu meningkatkan kualitas dari segi *tangible* karena dapat menurunkan kepuasan pelanggan. Hal yang harus diperhatikan adalah untuk tetap menjaga kualitas pelayanan dari segi *tangible* dengan selalu menjaga kebersihan, kenyamanan dan keindahan didalam kereta. Sedangkan pada kelas ekonomi, hal yang harus diperhatikan adalah kualitas AC, karena mendapatkan tanggapan paling rendah dari pelanggan. Langkah yang harus dilakukan adalah

petugas harus mengecek suhu ruangan disetiap gerbong kereta pada waktu tertentu.

b) Dalam kaitannya dengan *reliability* (kehandalan) pada kelas eksekutif dan ekonomi dalam melayani konsumen sudah baik. Hal yang harus diperhatikan pada kelas eksekutif adalah kelancaran perjalanan kereta api dan tidak mengalami kendala, karena mendapatkan tanggapan paling rendah. Langkah yang harus dilakukan adalah petugas harus selalu memberikan informasi yang akurat terkait jalannya kereta api. Sedangkan pada kelas ekonomi, hal yang harus diperhatikan adalah pelayanan yang diterima konsumen sesuai dengan harga yang ditawarkan, sebaiknya dilakukan evaluasi terhadap petugas agar dapat melayani pelanggan sesuai dengan ekspetasi pelanggan.
c) Dalam kaitannya dengan *responsiveness* (daya tanggap) pada kelas eksekutif dan ekonomi secara umum sudah baik dan perlu untuk ditingkatkan lagi. Pada kelas eksekutif dan ekonomi hal yang perlu diperhatikan adalah terkait membantu permasalahan yang terjadi pada penumpang, karena hal ini mendapatkan tanggapan yang rendah dari pelanggan. Langkah yang harus dilakukan adalah melakukan evaluasi dan memberikan masukan kepada petugas agar lebih memperhatikan dan membantu penumpang apabila terjadi masalah pada saat perjalanan kereta.
d) Dalam kaitannya dengan *assurance* (jaminan) pada kelas eksekutif dan ekonomi secara umum sudah baik dan harus terus ditingkatkan. Pada kelas eksekutif, hal yang harus diperhatikan adalah jadwal keberangkatan kereta api, karena hal ini mendapatkan tanggapan yang rendah. Langkah yang harus dilakukan adalah petugas harus selalu memberikan informasi yang *up to date* kepada penumpang. Sedangkan pada kelas ekonomi, tidak diperlukan untuk meningkatkan kualitas *assurance* karena pelanggan sudah merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan. Apabila kualitas ditingkatkan dapat menurunkan kepuasan pelanggan. Hal yang harus dilakukan adalah untuk tetap

memberikan pelayanan yang baik, sehingga pelanggan akan tetap merasa puas.

e) Dalam kaitannya dengan *emphaty* (kepedulian) pada kelas eksekutif dan ekonomi secara umum sudah baik. Pada kelas eksekutif sebaiknya perlu ditingkatkan kepedulian petugas terhadap penumpang, karena hal ini mendapatkan tanggapan yang rendah. Langkah yang harus dilakukan adalah melakukan evaluasi dana memberikan masukan kepada petuas untuk dapat lebih mempedulikan penumpang. Sedangkan pada kelas ekonomi, sebaiknya dilakukan evaluasi terkait sikap petugas dalam mengutamakan kepentingan penumpang, karena hal ini mendapatkan tanggapan yang rendah. Langkah yang harus dilakukan adalah melakukan evaluasi dan memberikan masukan kepada petugas agar memberikan pelayanan yang ramah dan lebih mengutamakan penumpang.
f) Dalam kaitannya dengan kepuasan pelanggan, baik kelas eksekutif maupun ekonomi, harus memberikan kualitas pelayanan yang memuaskan. Semakin baiknya kualitas pelayanan kereta api Senja Utama Solo, semakin tercapainya kepuasan pelanggan, sehingga sangat memungkinkan konsumen memiliki komitmen untuk melakukan pembelian ulang dan menjadi konsumen yang potensial.

# DAFTAR PUSTAKA


Arikunto, Suharsimi. 2005. ***Prosedur Penelitian***. Bina Aksara. Jakarta.

Fandi, Tjiptono dan Chandra, Gregorius. 2007. ***Service Quality Satisfaction: Edisi Kedua.*** Andi. Yogyakarta.

_____. 2008. ***Service Management: Mewujudkan Layanan Prima, Edisi Pertama.*** Andi. Yogyakarta.

Farooq, Muhammad Shoaib. 2017. ***Impact of Service Quality on Customer Satisfaction in Malaysia Airlines: A PLS-SEM Approach.*** Journal of Air Transport Management, Vol. 67.

Ferdinand, Augusty. 2006. ***Metode Penelitian Manajemen***. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.

Geetika, Shefali Nandan. 2010. ***Determinants of Customer Satisfaction on ServiceQuality: A Study of Railway Platforms in India.*** Journal of Public Trasportation, Vol. 13, No. 1.

Gronroos, C. 1998. ***Service quality: The Six Criteria Of Good Perceived Service Quality.*** Review of Business, Vol.9, pp. 10-13

Hadi, Sutrisno. 2001. ***Metodologi Research***. UGM. Yogyakarta.

Imam, Ghozali. 2007. ***Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS***. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang

Indriantoro, Nur dan Supomo, Bambang. 2002. ***Metodologi Penelitian Bisnis (Untuk Akuntansi dan Manajemen).*** BPFE – UGM. Yogyakarta.

Jayanti, Sherly Dwi. 2014. ***Analisis Perbandingan Kinerja Keuangan Bank Umum Syariah Dengan Bank Umum Konvensional Di Indonesia.*** Universitas Muhammadiyah Surakarta. Surakarta.

Juwandi, Hendy Irawan. 2004. ***Kepuasan Pelayanan Jasa***. Erlangga. Jakarta.

Kudarti, dkk. 2016. ***Perbedaan Pengetahuan Remaja Tentang Seks Bebas Di SMA Perkotaan dan Pedesaan Kabupaten Kudus.*** Akademi Kebidanan Mardi Rahayu Kudus. Kudus.

Kotler, Philip dan Gery Amstrong. 2001. ***Prinsip-prinsip Pemasaran***. Jakarta.

Laksono, Adityo. 2015. ***Gudang Ilmu.*** http://adityolaksono26.blogspot.com/.

Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani, A. 2006. ***Manajemen Pemasaran Jasa***. Salemba Empat. Jakarta.

Miranda, Sandra dkk. 2017. ***Perceived Service Quality and Customer Satisfaction: A Fuzzy set QCA Approach in The Railway Sector.*** Journal of Business Research.

Marzuki. 1997. ***Metodologi Riset***. BPFE UII. Yogyakarta.

Parasuraman, A., V. A. Zeithaml, dan L.L. Berry, 1998, ***SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality***, Journal of Retailing, Vol. 64, No. 1.

Sekaran, Uma. 2009. ***Research Methods for Business.*** Edisi 4. Buku 1. Salemba Empat. Jakarta.

Sudjana. 2005. ***Metode Statistika***. Tarsito. Bandung.

Sugiyono. 2014. ***Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B.*** Alfabeta. Bandung

Supranto, J. 2001. ***Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan.*** Rineka Cipta. Jakarta.

Susanto, Fajar Agus dkk. 2014. **Analisis Perbandingan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen.** Jurnal Progresif Manajemen Bisnis, Vol. 1, No. 1.

Yamit, Zulian. 2010. ***Manajemen Kualitas Produk dan Jasa.*** Penerbit Ekonisia. Yogyakarta.

# LAMPIRAN

## Lampiran 1. Kuesioner

KUISIONER PENELITIAN

**"ANALISIS PERBANDINGAN KUALITAS PELAYANAN KELAS EKSEKUTIF DAN EKONOMI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA KERETA API SENJA UTAMA SOLO"**

(Studi Pada PT. Kereta Api Indonesia DAOP VI Yogyakarta)

Kereta Api Senja Utama Solo merupakan salah satu pilihan transportasi kereta api yang banyak diminati oleh masyarakat. Kereta Api Senja Utama Solo memiliki rute perjalan dari Solo Balapan – Pasar Senen PP. Kereta Api Senja Utama Solo dioperasikan langsung oleh PT. Kereta Api Indonesia DAOP 6 Yogyakarta. Kereta Api Senja Utama Solo memiliki 2 jenis kelas kereta yakni ekonomi dan eksekutif. Masing-masing kelas memiliki perbedaan baik dari segi fisik hingga kenyamanan.

Saya Difa Dhamara Viguna, Mahasiswa Universitas Islam Indonesia Jurusan Manajemen memohon kesediaan Bapak/Ibu Saudara/Saudari untuk dapat mengisi kuesioner dibawah ini sesuai dengan kondisi yang dialami guna mendukung penelitian ini yang bertujuan untuk mengetahui perbedaan kepuasan pelanggan Kereta Api Senja Utama Solo berdasarkan kualitas pelayanan pada kelas ekonomi dan eksekutif. Seluruh jawaban responden hanya untuk kepentingan penelitian, sehingga identitas dan tanggapan responden akan terjamin kerahasiannya. Tidak ada jawaban salah, seluruh jawaban bersifat **benar**, apabila di isi sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Atas kesediaan dan perhatian Bapak/Ibu dan Saudara/Saudari, saya mengucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Difa Dhamara Viguna

I. Identitas Responden

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| Nama Lengkap | : | | | |
| Jenis Kelamin | : | ☐ Laki-laki | ☐ Perempuan | |
| Alamat Asal | : | | | |
| Umur | : | ☐ 12 – 25 tahun<br>☐ 26 – 45 tahun<br>☐ 46 – 65 tahun<br>☐ >65 tahun | | |
| Pekerjaan Anda Saat ini | : | ☐ PNS<br>☐ Pelajar / Mahasiswa<br>☐ Karyawan Swasta<br>☐ Lainnya,..... | | |
| Pendapatan | : | ☐ < Rp. 1.500.000<br>☐ Rp. 1.500.001 - Rp. 2.500.000<br>☐ Rp. 2.500.001 - Rp. 3.500.000<br>☐ > Rp. 3.500.001 | | |
| Pengguna Kereta Api Senja Utama Solo | : | ☐ Eksekutif | ☐ Ekonomi | |
| Frekuensi Kali Menggunakan Kereta Api Senja Utama Solo | : | ☐ 1- 3 kali | ☐ 4 – 6 kali | ☐ > 7 kali |

II. Petunjuk Pengisian

Responden diminta untuk memilih salah satu dari beberapa alternative jawaban yang tersedia denga cara memberikan **TANDA CENTANG (✓)**. Dalam skala kuisioner ini tidak ada penilaian jawaban salah dan benar. Karena, jawaban yang paling baik adalah jawaban yang sesuai dengan kejujuran anda terhadap kondisi dan kenyataan yang terjadi. Adapun keterangan jawaban yang tersedia adalah sebagai berikut :

SS : Sangat Setuju dengan pernyataan
S : Setuju dengan Pernyataan
CS : Cukup Setuju dengan Pernyataan
TS : Tidak Setuju dengan Pernyataan
STS : Sangat Tidak Setuju dengan pernyataan

CONTOH PENGISIAN :

| NO | PERNYATAAN | SS | S | CS | TS | STS |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Kualitas Layanan | ✓ | | | | |
| 2 | Kepuasan Pelanggan | | | | ✓ | |

SELAMAT MENGERJAKAN

Berikan tanda *check* (✓) pada jawaban yang paling sesuai dengan kondisi anda saat ini.

**KUALITAS PELAYANAN**

A. *Tangible /* Bukti nyata

| NO | PERNYATAAN | SS | S | CS | TS | STS |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Fasilitas kereta api dilengkapi dengan teknologi terbaru dan modern | | | | | |
| 2 | Layanan restorasi sesuai pesanan dan memuaskan | | | | | |
| 3 | Kereta api memiliki kualitas AC yang baik | | | | | |
| 4 | Kursi penumpang kereta api bersih dan nyaman | | | | | |
| 5 | Kebersihan toilet kereta terjaga dengan baik | | | | | |

B. *Reability /* Keandalan

| NO | PERNYATAAN | SS | S | CS | TS | STS |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Petugas memberikan pelayanan yang teliti dan tepat waktu | | | | | |
| 2 | Perjalanan kereta api selalu lancar dan tidak mengalami kendala | | | | | |
| 3 | Kesesuaian nomor tempat duduk dengan tiket pemesanan | | | | | |
| 4 | Petugas menerima dan melayani konsumen dengan baik | | | | | |
| 5 | Penetapan harga sesuai dengan pelayanan yang di dapat konsumen | | | | | |

C. *Responsiveness* / Ketanggapan

| NO | PERNYATAAN | SS | S | CS | TS | STS |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Petugas tanggap melayani keluhan penumpang | | | | | |
| 2 | Petugas melakukan tindakan secara cepat dan tepat dalam memberikan pelayanan | | | | | |
| 3 | Petugas melakukan tindakan sesuai prosedur dalam memberikan pelayanan | | | | | |
| 4 | Petugas membantu jika ada permasalahan penumpang | | | | | |

D. *Assurance* / Jaminan

| NO | PERNYATAAN | SS | S | CS | TS | STS |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Petugas berpengalaman dan kompeten dibidangnya | | | | | |
| 2 | Kemampuam petugas dalam memberikan informasi yang akurat | | | | | |
| 3 | Waktu keberangkatan kereta api selalu tepat waktu | | | | | |
| 4 | Waktu kedatangan kereta api selalu tepat waktu | | | | | |
| 5 | Kemampuan petugas memberikan keamanan dan kenyamanan dalam pelayanan | | | | | |

E. *Emphaty /* Empati

| NO | PERNYATAAN | SS | S | CS | TS | STS |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Petugas peduli kepada penumpang dalam pelayanan | | | | | |
| 2 | Petugas memperhatikan kebutuhan dan keinginan penumpang | | | | | |
| 3 | Petugas selalu mengutamakan kepentingan penumpang | | | | | |
| 4 | Petugas bersikap sopan dan ramah dalam memberikan pelayanan | | | | | |

F. Kepuasan Pelanggan

| NO | PERNYATAAN | SS | S | CS | TS | STS |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Senang dengan keputusan memilih Kereta Api Senja Utama Solo | | | | | |
| 2 | Pilihan Kereta Api Senja Utama Solo adalah keputusan yang bijaksana | | | | | |
| 3 | Saya melakukan hal benar untuk memilih Kereta Api Senja Utama Solo sebagai penyedia layanan | | | | | |
| 4 | Saya puas dan pengalaman saya dengan Kereta Api Senja Utama Solo sangat menyenangkan | | | | | |

## Lampiran 2. Hasil Tanggapan Responden

| No | Kelas | Pernyataan | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Tangible (X1) | | | | | X1 | Reability(X2) | | | | | X2 | Responsiveness (X3) | | | | X3 | Assurance(X4) | | | | | X4 | Emphaty(X5) | | | | X5 | Kepuasaan Pelanggan (Y) | | | | Y |
| | | T1 | T2 | T3 | T4 | T5 | | R1 | R2 | R3 | R4 | R5 | | RE 1 | RE 2 | RE 3 | RE 4 | | A1 | A2 | A3 | A4 | A5 | | E1 | E2 | E3 | E4 | | KP 1 | KP 2 | KP 3 | KP 4 | |
| 1 | Ekonomi | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 17 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 20 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 18 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 2 | Ekonomi | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 19 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 24 | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 3 | Ekonomi | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 17 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 22 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 19 | 4 | 5 | 4 | 4 | 17 | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 |
| 4 | Ekonomi | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 17 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 21 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 18 | 5 | 4 | 4 | 5 | 18 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 |
| 5 | Ekonomi | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 18 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 21 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 19 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 6 | Ekonomi | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 19 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 20 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 19 | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 7 | Ekonomi | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 16 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 12 | 4 | 4 | 4 | 3 | 15 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 16 | 4 | 4 | 4 | 3 | 15 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 8 | Ekonomi | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 19 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 19 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 18 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 9 | Ekonomi | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 17 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 17 | 3 | 4 | 3 | 3 | 13 | 3 | 3 | 5 | 4 | 3 | 18 | 3 | 4 | 3 | 4 | 14 | 4 | 4 | 4 | 3 | 15 |
| 10 | Ekonomi | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 16 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 23 | 4 | 4 | 4 | 3 | 15 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 19 | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 11 | Ekonomi | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 19 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 12 | Ekonomi | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 16 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 17 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 3 | 15 |
| 13 | Ekonomi | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 19 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 24 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 5 | 5 | 5 | 4 | 19 |
| 14 | Ekonomi | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 19 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 18 | 4 | 4 | 3 | 3 | 14 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 18 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 15 | Ekonomi | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 19 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 18 | 4 | 4 | 4 | 3 | 15 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 19 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 16 | Ekonomi | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 19 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 19 | 4 | 4 | 4 | 3 | 15 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 19 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 17 | Ekonomi | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 19 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 23 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 19 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 18 | Ekonomi | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 18 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5 | 4 | 4 | 5 | 18 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 | 5 | 5 | 5 | 4 | 19 | 5 | 4 | 4 | 5 | 18 |
| 19 | Ekonomi | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 18 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 19 | 5 | 5 | 4 | 5 | 19 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 20 | Ekonomi | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 19 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 23 | 5 | 4 | 4 | 5 | 18 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 19 | 5 | 4 | 4 | 5 | 18 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |

| No | Kelas | Pernyataan | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Tangible (X1) | | | | | X1 | Reability(X2) | | | | | X2 | Responsiveness (X3) | | | | X3 | Assurance(X4) | | | | | X4 | Emphaty(X5) | | | | X5 | Kepuasaan Pelanggan (Y) | | | | Y |
| | | T1 | T2 | T3 | T4 | T5 | | R1 | R2 | R3 | R4 | R5 | | RE 1 | RE 2 | RE 3 | RE 4 | | A1 | A2 | A3 | A4 | A5 | | E1 | E2 | E3 | E4 | | KP 1 | KP 2 | KP 3 | KP 4 | |
| 21 | Ekonomi | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 18 | 4 | 2 | 5 | 5 | 3 | 19 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 18 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 |
| 22 | Ekonomi | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 18 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 21 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 19 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 23 | Ekonomi | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 17 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 17 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 17 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 24 | Ekonomi | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 18 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 17 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 18 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 25 | Ekonomi | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 19 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 4 | 5 | 5 | 4 | 18 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 18 | 5 | 5 | 5 | 4 | 19 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 26 | Ekonomi | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 19 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 20 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 18 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 |
| 27 | Ekonomi | 4 | 2 | 4 | 4 | 2 | 16 | 2 | 4 | 4 | 4 | 3 | 17 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 3 | 4 | 15 |
| 28 | Ekonomi | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 19 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 20 | 3 | 4 | 4 | 3 | 14 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 17 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 29 | Ekonomi | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 18 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 20 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 19 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 5 | 5 | 4 | 18 |
| 30 | Ekonomi | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 17 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 18 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 18 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 3 | 4 | 15 |
| 31 | Ekonomi | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 19 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 19 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 18 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 32 | Ekonomi | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 16 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 22 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 17 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 33 | Ekonomi | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 18 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 18 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 16 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 34 | Ekonomi | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 17 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 19 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 17 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 |
| 35 | Ekonomi | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 16 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 18 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 13 | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 36 | Ekonomi | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 19 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 18 | 5 | 4 | 4 | 3 | 16 | 4 | 4 | 2 | 3 | 4 | 17 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 |
| 37 | Ekonomi | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 18 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 22 | 4 | 5 | 5 | 4 | 18 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 16 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 |
| 38 | Ekonomi | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 18 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 23 | 5 | 5 | 4 | 5 | 19 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 19 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 39 | Ekonomi | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 19 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 40 | Ekonomi | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 19 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 19 | 4 | 5 | 4 | 3 | 16 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 18 | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 41 | Ekonomi | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 19 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 24 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 4 | 3 | 2 | 2 | 5 | 16 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |

| No | Kelas | Pernyataan | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Tangible (X1) | | | | | X1 | Reability(X2) | | | | | X2 | Responsiveness (X3) | | | | X3 | Assurance(X4) | | | | | X4 | Emphaty(X5) | | | | X5 | Kepuasaan Pelanggan (Y) | | | | Y |
| | | T1 | T2 | T3 | T4 | T5 | | R1 | R2 | R3 | R4 | R5 | | RE 1 | RE 2 | RE 3 | RE 4 | | A1 | A2 | A3 | A4 | A5 | | E1 | E2 | E3 | E4 | | KP 1 | KP 2 | KP 3 | KP 4 | |
| 42 | Ekonomi | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 19 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 22 | 4 | 5 | 5 | 4 | 18 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 14 | 5 | 4 | 4 | 5 | 18 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 43 | Ekonomi | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 18 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 24 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 16 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 44 | Ekonomi | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 18 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 19 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 18 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 45 | Ekonomi | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 19 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 17 | 4 | 4 | 4 | 3 | 15 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 18 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 46 | Ekonomi | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 18 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 18 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 18 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 47 | Ekonomi | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 18 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 18 | 5 | 4 | 4 | 5 | 18 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 48 | Ekonomi | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 18 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 17 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 18 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 5 | 4 | 4 | 17 |
| 49 | Ekonomi | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 19 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 22 | 4 | 5 | 5 | 4 | 18 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 17 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 50 | Ekonomi | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 19 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 18 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 18 | 4 | 4 | 3 | 4 | 15 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 51 | Ekonomi | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 18 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 22 | 5 | 4 | 5 | 4 | 18 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 18 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 52 | Ekonomi | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 18 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 20 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 17 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 5 | 4 | 4 | 5 | 18 |
| 53 | Ekonomi | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 19 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 22 | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 | 2 | 4 | 4 | 3 | 4 | 17 | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 | 5 | 4 | 4 | 5 | 18 |
| 54 | Ekonomi | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 19 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 18 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 19 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 55 | Ekonomi | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 18 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 18 | 4 | 3 | 4 | 3 | 14 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 18 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 56 | Ekonomi | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 18 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 21 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 57 | Ekonomi | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 19 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 18 | 4 | 4 | 4 | 3 | 15 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 19 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 58 | Ekonomi | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 17 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 18 | 4 | 4 | 3 | 4 | 15 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 19 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 59 | Ekonomi | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 18 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 21 | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 17 | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 60 | Ekonomi | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 19 | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 | 20 | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 19 | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 61 | Ekonomi | 3 | 4 | 4 | 2 | 4 | 17 | 2 | 3 | 5 | 3 | 5 | 18 | 4 | 4 | 3 | 4 | 15 | 4 | 4 | 5 | 2 | 5 | 20 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 3 | 15 |
| 62 | Ekonomi | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 19 | 5 | 4 | 5 | 5 | 2 | 21 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 17 | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |

| No | Kelas | Pernyataan | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Tangible (X1) | | | | | X1 | Reability(X2) | | | | | X2 | Responsiveness (X3) | | | | X3 | Assurance(X4) | | | | | X4 | Emphaty(X5) | | | | X5 | Kepuasaan Pelanggan (Y) | | | | Y |
| | | T1 | T2 | T3 | T4 | T5 | | R1 | R2 | R3 | R4 | R5 | | RE 1 | RE 2 | RE 3 | RE 4 | | A1 | A2 | A3 | A4 | A5 | | E1 | E2 | E3 | E4 | | KP 1 | KP 2 | KP 3 | KP 4 | |
| 63 | Ekonomi | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 16 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 19 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 19 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 64 | Ekonomi | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 18 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 18 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 65 | Ekonomi | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 18 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 17 | 5 | 4 | 4 | 5 | 18 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 66 | Ekonomi | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 17 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 23 | 5 | 5 | 4 | 5 | 19 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 17 | 5 | 5 | 4 | 5 | 19 | 5 | 4 | 5 | 5 | 19 |
| 67 | Ekonomi | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 19 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 5 | 5 | 5 | 4 | 19 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 68 | Ekonomi | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 19 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 22 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 17 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 69 | Ekonomi | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 19 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 | 4 | 4 | 4 | 3 | 15 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 17 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 70 | Ekonomi | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 19 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 19 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 71 | Ekonomi | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 18 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 20 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 19 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 72 | Ekonomi | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 18 | 3 | 4 | 5 | 3 | 5 | 20 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 19 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 5 | 4 | 3 | 16 |
| 73 | Ekonomi | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 19 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 21 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 18 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 74 | Ekonomi | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 19 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 18 | 5 | 4 | 4 | 5 | 18 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 75 | Ekonomi | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 19 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 21 | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 19 | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 | 5 | 5 | 5 | 4 | 19 |
| 76 | Ekonomi | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 18 | 4 | 2 | 4 | 3 | 3 | 16 | 4 | 4 | 4 | 3 | 15 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 16 | 4 | 3 | 4 | 3 | 14 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 77 | Ekonomi | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 18 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 22 | 4 | 4 | 5 | 4 | 17 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 18 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 78 | Ekonomi | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 18 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 19 | 4 | 4 | 3 | 4 | 15 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 18 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 |
| 79 | Ekonomi | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 16 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 17 | 3 | 4 | 5 | 4 | 16 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 16 | 4 | 4 | 5 | 4 | 17 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 80 | Ekonomi | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 19 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 23 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 19 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 5 | 4 | 4 | 5 | 18 |
| 81 | Eksekutif | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 21 | 5 | 5 | 5 | 4 | 19 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 82 | Eksekutif | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 22 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 | 5 | 5 | 5 | 4 | 19 | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 |
| 83 | Eksekutif | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 20 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 5 | 5 | 5 | 4 | 19 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 23 | 5 | 5 | 5 | 4 | 19 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |

| No | Kelas | Pernyataan | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Tangible (X1) | | | | | X1 | Reability(X2) | | | | | X2 | Responsiveness (X3) | | | | X3 | Assurance(X4) | | | | | X4 | Emphaty(X5) | | | | X5 | Kepuasaan Pelanggan (Y) | | | | Y |
| | | T1 | T2 | T3 | T4 | T5 | | R1 | R2 | R3 | R4 | R5 | | RE 1 | RE 2 | RE 3 | RE 4 | | A1 | A2 | A3 | A4 | A5 | | E1 | E2 | E3 | E4 | | KP 1 | KP 2 | KP 3 | KP 4 | |
| 84 | Eksekutif | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 20 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 22 | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 | 3 | 4 | 5 | 5 | 3 | 20 | 4 | 5 | 5 | 4 | 18 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 85 | Eksekutif | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 19 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 22 | 5 | 5 | 5 | 4 | 19 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 21 | 4 | 5 | 5 | 4 | 18 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 86 | Eksekutif | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 18 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 | 5 | 5 | 4 | 5 | 19 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 21 | 5 | 5 | 5 | 4 | 19 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 87 | Eksekutif | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 18 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 21 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4 | 5 | 4 | 5 | 18 | 5 | 5 | 5 | 4 | 19 |
| 88 | Eksekutif | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 22 | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 18 | 4 | 5 | 5 | 4 | 18 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 89 | Eksekutif | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 20 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 21 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 19 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 5 | 5 | 5 | 4 | 19 |
| 90 | Eksekutif | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 21 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 22 | 5 | 5 | 5 | 4 | 19 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 21 | 4 | 5 | 4 | 5 | 18 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 91 | Eksekutif | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 23 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 22 | 5 | 5 | 5 | 4 | 19 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 22 | 4 | 5 | 5 | 4 | 18 | 5 | 5 | 5 | 4 | 19 |
| 92 | Eksekutif | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 22 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 21 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4 | 5 | 5 | 4 | 18 | 5 | 5 | 5 | 4 | 19 |
| 93 | Eksekutif | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 21 | 4 | 3 | 5 | 5 | 3 | 20 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 18 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 | 5 | 5 | 4 | 5 | 19 |
| 94 | Eksekutif | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 21 | 5 | 5 | 4 | 4 | 18 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 95 | Eksekutif | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 23 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 21 | 5 | 5 | 5 | 4 | 19 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 96 | Eksekutif | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 21 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 20 | 4 | 5 | 4 | 5 | 18 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 22 | 5 | 5 | 5 | 4 | 19 | 5 | 5 | 4 | 5 | 19 |
| 97 | Eksekutif | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 23 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 23 | 5 | 5 | 5 | 4 | 19 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 18 | 5 | 5 | 4 | 4 | 18 | 5 | 4 | 5 | 4 | 18 |
| 98 | Eksekutif | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 19 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 23 | 3 | 5 | 5 | 5 | 18 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 24 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 99 | Eksekutif | 3 | 3 | 3 | 5 | 4 | 18 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 22 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 19 | 5 | 5 | 5 | 4 | 19 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 100 | Eksekutif | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 21 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 23 | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 22 | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 | 5 | 5 | 4 | 5 | 19 |
| 101 | Eksekutif | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 22 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 21 | 5 | 5 | 5 | 3 | 18 | 3 | 5 | 4 | 5 | 3 | 20 | 4 | 5 | 5 | 4 | 18 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 102 | Eksekutif | 3 | 3 | 3 | 5 | 4 | 18 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 20 | 5 | 5 | 5 | 4 | 19 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 21 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 103 | Eksekutif | 3 | 3 | 4 | 5 | 4 | 19 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 24 | 5 | 5 | 5 | 4 | 19 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 21 | 4 | 5 | 5 | 4 | 18 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 104 | Eksekutif | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 19 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 21 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 21 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |

| No | Kelas | Pernyataan | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Tangible (X1) | | | | | X1 | Reability(X2) | | | | | X2 | Responsiveness (X3) | | | | X3 | Assurance(X4) | | | | | X4 | Emphaty(X5) | | | | X5 | Kepuasaan Pelanggan (Y) | | | | Y |
| | | T1 | T2 | T3 | T4 | T5 | | R1 | R2 | R3 | R4 | R5 | | RE 1 | RE 2 | RE 3 | RE 4 | | A1 | A2 | A3 | A4 | A5 | | E1 | E2 | E3 | E4 | | KP 1 | KP 2 | KP 3 | KP 4 | |
| 105 | Eksekutif | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 5 | 5 | 4 | 5 | 19 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 19 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 106 | Eksekutif | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 19 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 23 | 5 | 5 | 5 | 4 | 19 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 21 | 5 | 5 | 4 | 4 | 18 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 107 | Eksekutif | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 5 | 4 | 4 | 5 | 18 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 108 | Eksekutif | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 23 | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 22 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 109 | Eksekutif | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 110 | Eksekutif | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 24 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 22 | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 24 | 5 | 4 | 5 | 5 | 19 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 111 | Eksekutif | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 22 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 23 | 5 | 4 | 5 | 4 | 18 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 23 | 4 | 5 | 4 | 5 | 18 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 112 | Eksekutif | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 22 | 5 | 5 | 4 | 4 | 18 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 19 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 | 5 | 4 | 4 | 5 | 18 |
| 113 | Eksekutif | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 23 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 21 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 22 | 4 | 5 | 4 | 5 | 18 | 5 | 4 | 5 | 5 | 19 |
| 114 | Eksekutif | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 24 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 23 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 115 | Eksekutif | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 23 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 24 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 116 | Eksekutif | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 24 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 23 | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 23 | 5 | 4 | 4 | 5 | 18 | 5 | 4 | 4 | 5 | 18 |
| 117 | Eksekutif | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 24 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 118 | Eksekutif | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 23 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 21 | 4 | 5 | 5 | 4 | 18 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 22 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 | 5 | 4 | 5 | 5 | 19 |
| 119 | Eksekutif | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 24 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 20 | 5 | 4 | 5 | 3 | 17 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 19 | 4 | 5 | 5 | 4 | 18 | 5 | 5 | 4 | 4 | 18 |
| 120 | Eksekutif | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 23 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 21 | 5 | 5 | 5 | 4 | 19 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 18 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 5 | 5 | 5 | 4 | 19 |
| 121 | Eksekutif | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 24 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 24 | 5 | 5 | 5 | 4 | 19 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 122 | Eksekutif | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 21 | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 23 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 | 5 | 4 | 5 | 5 | 19 |
| 123 | Eksekutif | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 23 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 23 | 4 | 4 | 5 | 4 | 17 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 5 | 4 | 4 | 5 | 18 | 4 | 5 | 5 | 4 | 18 |
| 124 | Eksekutif | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 21 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 21 | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 22 | 4 | 5 | 4 | 5 | 18 | 4 | 5 | 5 | 4 | 18 |
| 125 | Eksekutif | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 23 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 22 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 22 | 4 | 5 | 4 | 5 | 18 | 5 | 4 | 5 | 5 | 19 |

| No | Kelas | Pernyataan | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Tangible (X1) | | | | | X1 | Reability(X2) | | | | | X2 | Responsiveness (X3) | | | | X3 | Assurance(X4) | | | | | X4 | Emphaty(X5) | | | | X5 | Kepuasaan Pelanggan (Y) | | | | Y |
| | | T1 | T2 | T3 | T4 | T5 | | R1 | R2 | R3 | R4 | R5 | | RE 1 | RE 2 | RE 3 | RE 4 | | A1 | A2 | A3 | A4 | A5 | | E1 | E2 | E3 | E4 | | KP 1 | KP 2 | KP 3 | KP 4 | |
| 126 | Eksekutif | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 22 | 4 | 5 | 5 | 4 | 18 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 23 | 4 | 5 | 5 | 4 | 18 | 4 | 5 | 5 | 4 | 18 |
| 127 | Eksekutif | 5 | 3 | 4 | 5 | 3 | 20 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 20 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 22 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 5 | 5 | 5 | 4 | 19 |
| 128 | Eksekutif | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 129 | Eksekutif | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 20 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 22 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 19 | 4 | 5 | 4 | 4 | 17 | 5 | 5 | 5 | 4 | 19 |
| 130 | Eksekutif | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 21 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 5 | 5 | 4 | 4 | 18 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 22 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 | 4 | 5 | 5 | 4 | 18 |
| 131 | Eksekutif | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 132 | Eksekutif | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 23 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 22 | 4 | 5 | 5 | 4 | 18 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 | 5 | 4 | 4 | 5 | 18 |
| 133 | Eksekutif | 4 | 3 | 3 | 5 | 4 | 19 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 21 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 20 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 5 | 5 | 3 | 18 |
| 134 | Eksekutif | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 21 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 21 | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 | 3 | 2 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 5 | 5 | 4 | 19 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 135 | Eksekutif | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 23 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 24 | 5 | 4 | 4 | 5 | 18 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 22 | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 | 5 | 5 | 4 | 4 | 18 |
| 136 | Eksekutif | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 23 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 24 | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 23 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 137 | Eksekutif | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 21 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 21 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 19 | 5 | 5 | 4 | 5 | 19 | 4 | 5 | 5 | 4 | 18 |
| 138 | Eksekutif | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5 | 5 | 5 | 4 | 19 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 139 | Eksekutif | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 21 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 5 | 5 | 4 | 4 | 18 | 5 | 5 | 4 | 4 | 18 |
| 140 | Eksekutif | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 20 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 21 | 5 | 5 | 5 | 4 | 19 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 19 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 141 | Eksekutif | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4 | 5 | 4 | 5 | 18 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 |
| 142 | Eksekutif | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 19 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 19 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 | 4 | 5 | 5 | 4 | 18 |
| 143 | Eksekutif | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 21 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 20 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 21 | 5 | 5 | 5 | 4 | 19 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 |
| 144 | Eksekutif | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 21 | 4 | 2 | 3 | 3 | 4 | 16 | 5 | 5 | 5 | 3 | 18 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 22 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 |
| 145 | Eksekutif | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 22 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 23 | 5 | 5 | 4 | 4 | 18 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 23 | 4 | 5 | 4 | 5 | 18 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 146 | Eksekutif | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 22 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 22 | 5 | 5 | 4 | 5 | 19 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 24 | 4 | 5 | 4 | 5 | 18 | 4 | 5 | 5 | 4 | 18 |

| No | Kelas | Pernyataan | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Tangible (X1) | | | | | X1 | Reability(X2) | | | | | X2 | Responsiveness (X3) | | | | X3 | Assurance(X4) | | | | | X4 | Emphaty(X5) | | | | X5 | Kepuasaan Pelanggan (Y) | | | | Y |
| | | T1 | T2 | T3 | T4 | T5 | | R1 | R2 | R3 | R4 | R5 | | RE 1 | RE 2 | RE 3 | RE 4 | | A1 | A2 | A3 | A4 | A5 | | E1 | E2 | E3 | E4 | | KP 1 | KP 2 | KP 3 | KP 4 | |
| 147 | Eksekutif | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 23 | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 22 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 148 | Eksekutif | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 23 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 23 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 23 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 149 | Eksekutif | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 22 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 21 | 4 | 4 | 5 | 4 | 17 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 22 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 4 | 5 | 5 | 19 |
| 150 | Eksekutif | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 24 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 22 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 151 | Eksekutif | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 22 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 23 | 5 | 5 | 4 | 4 | 18 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 22 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 | 5 | 4 | 5 | 5 | 19 |
| 152 | Eksekutif | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 24 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 23 | 4 | 4 | 5 | 4 | 17 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 22 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 | 5 | 4 | 5 | 5 | 19 |
| 153 | Eksekutif | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 24 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 19 | 5 | 5 | 5 | 4 | 19 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 154 | Eksekutif | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 23 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 23 | 5 | 4 | 5 | 5 | 19 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 24 | 5 | 4 | 5 | 5 | 19 | 5 | 4 | 5 | 5 | 19 |
| 155 | Eksekutif | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 22 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 24 | 5 | 4 | 4 | 5 | 18 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 | 5 | 5 | 4 | 5 | 19 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 156 | Eksekutif | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 22 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 22 | 5 | 4 | 5 | 5 | 19 | 5 | 4 | 5 | 5 | 19 |
| 157 | Eksekutif | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 23 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 24 | 5 | 4 | 5 | 5 | 19 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 23 | 5 | 4 | 5 | 4 | 18 | 5 | 5 | 4 | 5 | 19 |
| 158 | Eksekutif | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 24 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 21 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 159 | Eksekutif | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 22 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 23 | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 | 5 | 5 | 4 | 4 | 18 | 5 | 4 | 5 | 5 | 19 |
| 160 | Eksekutif | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |

## Lampiran 3. Hasil-Hasil Uji Analisis

### A. Uji Asumsi Klasik

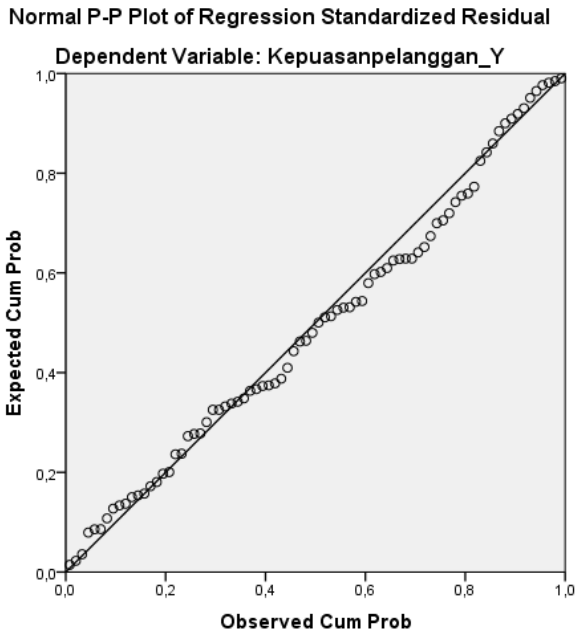
#### a. Kelas Ekonomi

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

| | | Unstandardized Residual |
|---|---|---|
| N | | 80 |
| Normal Parameters[a,b] | Mean | 0E-7 |
| | Std. Deviation | 1,06269065 |
| Most Extreme Differences | Absolute | ,068 |
| | Positive | ,068 |
| | Negative | -,035 |
| Kolmogorov-Smirnov Z | | ,610 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | ,850 |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.



**Variables Entered/Removed[a]**

| Model | Variables Entered | Variables Removed | Method |
|---|---|---|---|
| 1 | Emphaty_X5, Assurance_X4, Tangible_X1, Responsiveness_X3, Reability_X2[b] | . | Enter |

a. Dependent Variable: Kepuasanpelanggan_Y

b. All requested variables entered.

**Model Summary[b]**

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | ,765[a] | ,585 | ,557 | 1,098 | 2,090 |

a. Predictors: (Constant), Emphaty_X5, Assurance_X4, Tangible_X1, Responsiveness_X3, Reability_X2

b. Dependent Variable: Kepuasanpelanggan_Y

**ANOVA[a]**

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Regression | 125,772 | 5 | 25,154 | 20,864 | ,000[b] |
| | Residual | 89,216 | 74 | 1,206 | | |
| | Total | 214,987 | 79 | | | |

a. Dependent Variable: Kepuasanpelanggan_Y

b. Predictors: (Constant), Emphaty_X5, Assurance_X4, Tangible_X1, Responsiveness_X3, Reability_X2

**Coefficients[a]**

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | 7,822 | 2,674 | | 2,925 | ,005 | | |
| | Tangible_X1 | ,036 | ,066 | ,046 | ,548 | ,585 | ,813 | 1,230 |
| | Reability_X2 | ,288 | ,074 | ,476 | 3,915 | ,000 | ,379 | 2,639 |
| | Responsiveness_X3 | ,281 | ,131 | ,260 | 2,150 | ,035 | ,384 | 2,603 |
| | Assurance_X4 | -,220 | ,104 | -,182 | -2,113 | ,038 | ,759 | 1,317 |
| | Emphaty_X5 | ,121 | ,153 | ,095 | ,789 | ,433 | ,383 | 2,612 |

a. Dependent Variable: Kepuasanpelanggan_Y

**Collinearity Diagnostics[a]**

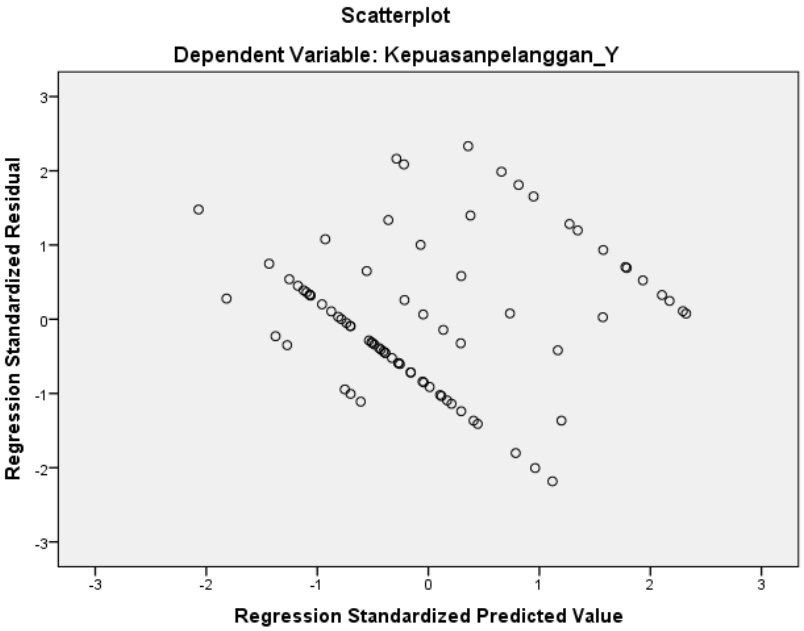
| Model | Dimension | Eigenvalue | Condition Index | Variance Proportions | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | (Constant) | Tangible_X1 | Reability_X2 | Responsiveness_X3 | Assurance_X4 | Emphaty_X5 |
| 1 | 1 | 5,969 | 1,000 | ,00 | ,00 | ,00 | ,00 | ,00 | ,00 |
| | 2 | ,013 | 21,344 | ,01 | ,15 | ,18 | ,03 | ,07 | ,01 |
| | 3 | ,009 | 26,490 | ,05 | ,64 | ,11 | ,02 | ,03 | ,02 |
| | 4 | ,006 | 31,939 | ,00 | ,21 | ,31 | ,09 | ,27 | ,03 |
| | 5 | ,002 | 55,721 | ,05 | ,00 | ,04 | ,86 | ,12 | ,45 |
| | 6 | ,001 | 69,696 | ,89 | ,00 | ,36 | ,01 | ,52 | ,49 |

a. Dependent Variable: Kepuasanpelanggan_Y

**Residuals Statistics[a]**

| | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation | N |
|---|---|---|---|---|---|
| Predicted Value | 14,38 | 19,92 | 16,99 | 1,262 | 80 |
| Residual | -2,398 | 2,560 | ,000 | 1,063 | 80 |
| Std. Predicted Value | -2,069 | 2,321 | ,000 | 1,000 | 80 |
| Std. Residual | -2,184 | 2,332 | ,000 | ,968 | 80 |

a. Dependent Variable: Kepuasanpelanggan_Y



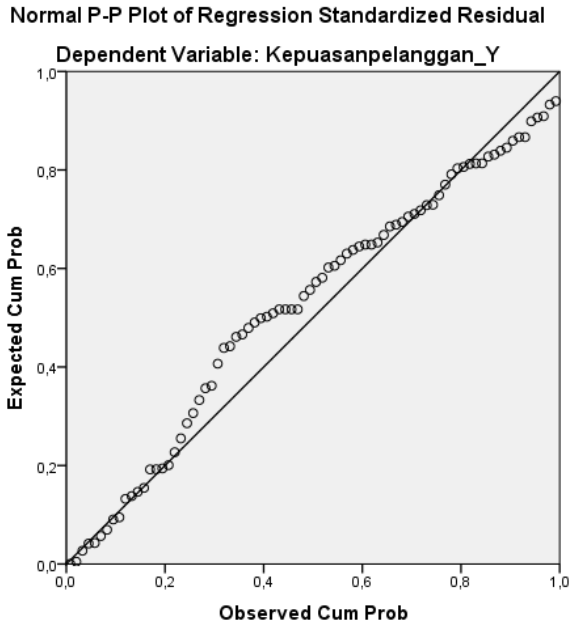

## b. Kelas Eksekutif

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

| | | Unstandardized Residual |
|---|---|---|
| N | | 80 |
| Normal Parameters[a,b] | Mean | 0E-7 |
| | Std. Deviation | ,73084304 |
| Most Extreme Differences | Absolute | ,124 |
| | Positive | ,063 |
| | Negative | -,124 |
| Kolmogorov-Smirnov Z | | 1,112 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | ,169 |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.




**Variables Entered/Removed[a]**

| Model | Variables Entered | Variables Removed | Method |
|---|---|---|---|
| 1 | Emphaty_X5, Tangible_X1, Responsiveness_X3, Assurance_X4, Reability_X2[b] | . | Enter |

a. Dependent Variable: Kepuasanpelanggan_Y

b. All requested variables entered.

**Model Summary[b]**

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | ,550[a] | ,302 | ,255 | ,755 | 1,968 |

a. Predictors: (Constant), Emphaty_X5, Tangible_X1, Responsiveness_X3, Assurance_X4, Reability_X2

b. Dependent Variable: Kepuasanpelanggan_Y

**ANOVA[a]**

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Regression | 18,291 | 5 | 3,658 | 6,415 | ,000[b] |
| | Residual | 42,196 | 74 | ,570 | | |
| | Total | 60,488 | 79 | | | |

a. Dependent Variable: Kepuasanpelanggan_Y

b. Predictors: (Constant), Emphaty_X5, Tangible_X1, Responsiveness_X3, Assurance_X4, Reability_X2

**Coefficients[a]**

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | 10,324 | 2,078 | | 4,968 | ,000 | | |
| | Tangible_X1 | -,132 | ,050 | -,309 | -2,655 | ,010 | ,696 | 1,436 |
| | Reability_X2 | ,133 | ,066 | ,261 | 2,011 | ,048 | ,558 | 1,793 |
| | Responsiveness_X3 | ,219 | ,099 | ,244 | 2,212 | ,030 | ,774 | 1,292 |
| | Assurance_X4 | ,052 | ,057 | ,108 | ,902 | ,370 | ,652 | 1,535 |
| | Emphaty_X5 | ,197 | ,097 | ,223 | 2,029 | ,046 | ,783 | 1,277 |

a. Dependent Variable: Kepuasanpelanggan_Y

**Collinearity Diagnostics[a]**

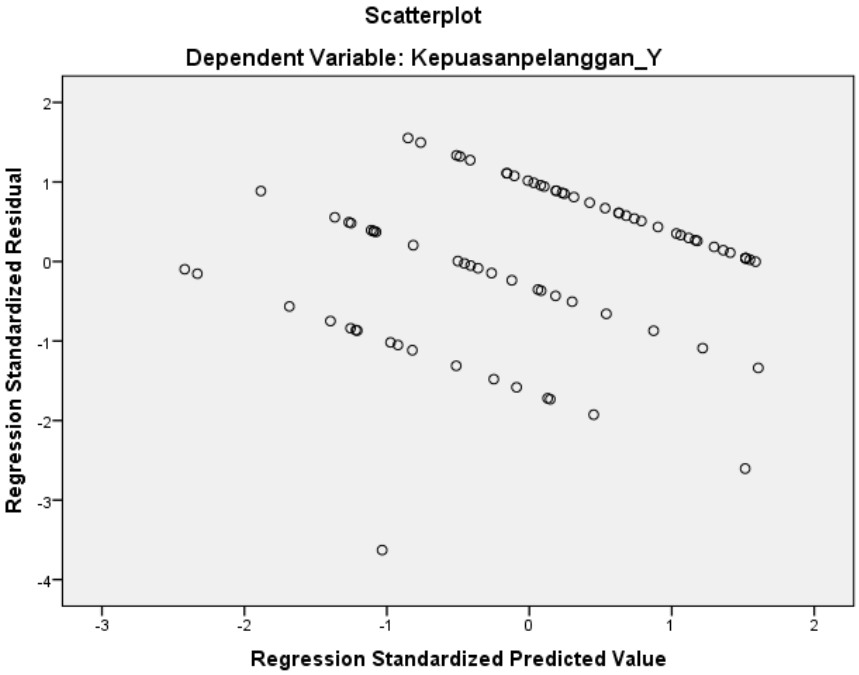
| Model | Dimension | Eigenvalue | Condition Index | Variance Proportions | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | (Constant) | Tangible_X1 | Reability_X2 | Responsiveness_X3 | Assurance_X4 | Emphaty_X5 |
| 1 | 1 | 5,983 | 1,000 | ,00 | ,00 | ,00 | ,00 | ,00 | ,00 |
| | 2 | ,007 | 30,094 | ,03 | ,48 | ,01 | ,06 | ,04 | ,03 |
| | 3 | ,004 | 36,981 | ,01 | ,28 | ,00 | ,03 | ,77 | ,00 |
| | 4 | ,003 | 43,223 | ,03 | ,17 | ,73 | ,01 | ,01 | ,08 |
| | 5 | ,002 | 61,437 | ,04 | ,01 | ,17 | ,36 | ,18 | ,74 |
| | 6 | ,001 | 73,391 | ,89 | ,06 | ,09 | ,54 | ,01 | ,14 |

a. Dependent Variable: Kepuasanpelanggan_Y

**Residuals Statistics[a]**

| | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation | N |
|---|---|---|---|---|---|
| Predicted Value | 18,07 | 20,01 | 19,24 | ,481 | 80 |
| Residual | -2,740 | 1,172 | ,000 | ,731 | 80 |
| Std. Predicted Value | -2,419 | 1,607 | ,000 | 1,000 | 80 |
| Std. Residual | -3,629 | 1,552 | ,000 | ,968 | 80 |

a. Dependent Variable: Kepuasanpelanggan_Y




## B. Uji Validitas dan Reliabilitas

### a. Variabel *Tangible*

**Case Processing Summary**

| | | N | % |
|---|---|---|---|
| Cases | Valid | 160 | 100,0 |
| | Excluded[a] | 0 | ,0 |
| | Total | 160 | 100,0 |

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|---|---|
| ,789 | 5 |

**Item-Total Statistics**

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|---|---|---|---|---|
| item_1 | 15,88 | 5,280 | ,544 | ,757 |
| item_2 | 16,12 | 5,489 | ,521 | ,764 |
| item_3 | 16,01 | 5,365 | ,494 | ,774 |
| item_4 | 15,76 | 4,987 | ,616 | ,733 |
| item_5 | 16,19 | 5,021 | ,669 | ,717 |

## b. Variabel *Reliability*

**Case Processing Summary**

| | | N | % |
|---|---|---|---|
| Cases | Valid | 160 | 100,0 |
| | Excluded[a] | 0 | ,0 |
| | Total | 160 | 100,0 |

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|---|---|
| ,739 | 5 |

**Item-Total Statistics**

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|---|---|---|---|---|
| item_1 | 16,96 | 4,105 | ,474 | ,704 |
| item_2 | 17,03 | 3,974 | ,525 | ,684 |
| item_3 | 16,71 | 4,448 | ,435 | ,716 |
| item_4 | 16,89 | 4,100 | ,566 | ,670 |
| item_5 | 17,00 | 3,950 | ,510 | ,690 |

## c. Variabel *Responsiveness*

**Case Processing Summary**

| | | N | % |
|---|---|---|---|
| Cases | Valid | 160 | 100,0 |
| | Excluded[a] | 0 | ,0 |
| | Total | 160 | 100,0 |

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|---|---|
| ,731 | 4 |

**Item-Total Statistics**

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|---|---|---|---|---|
| item_1 | 13,21 | 1,926 | ,419 | ,727 |
| item_2 | 13,11 | 1,761 | ,648 | ,606 |
| item_3 | 13,09 | 1,716 | ,594 | ,628 |
| item_4 | 13,28 | 1,713 | ,456 | ,717 |

## d. Variabel *Assurance*

**Case Processing Summary**

| | | N | % |
|---|---|---|---|
| Cases | Valid | 160 | 100,0 |
| | Excluded[a] | 0 | ,0 |
| | Total | 160 | 100,0 |

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|---|---|
| ,684 | 5 |

**Item-Total Statistics**

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|---|---|---|---|---|
| item_1 | 15,69 | 4,065 | ,346 | ,672 |
| item_2 | 15,72 | 3,990 | ,441 | ,635 |
| item_3 | 15,74 | 3,314 | ,548 | ,581 |
| item_4 | 15,83 | 3,265 | ,526 | ,592 |
| item_5 | 15,71 | 4,158 | ,342 | ,672 |

## e. Variabel *Emphaty*

**Case Processing Summary**

| | | N | % |
|---|---|---|---|
| Cases | Valid | 160 | 100,0 |
| | Excluded[a] | 0 | ,0 |
| | Total | 160 | 100,0 |

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|---|---|
| ,714 | 4 |

**Item-Total Statistics**

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|---|---|---|---|---|
| item_1 | 13,28 | 1,373 | ,540 | ,628 |
| item_2 | 13,23 | 1,370 | ,539 | ,629 |
| item_3 | 13,22 | 1,342 | ,543 | ,625 |
| item_4 | 13,15 | 1,487 | ,389 | ,719 |

## f. Variabel Kepuasan Pelanggan

**Case Processing Summary**

| | | N | % |
|---|---|---|---|
| Cases | Valid | 160 | 100,0 |
| | Excluded[a] | 0 | ,0 |
| | Total | 160 | 100,0 |

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|---|---|
| ,845 | 4 |

**Item-Total Statistics**

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|---|---|---|---|---|
| item_1 | 13,54 | 1,759 | ,731 | ,783 |
| item_2 | 13,59 | 1,878 | ,638 | ,822 |
| item_3 | 13,57 | 1,705 | ,749 | ,774 |
| item_4 | 13,62 | 1,770 | ,618 | ,834 |

# C. Uji Regresi Linear Berganda

## a. Kelas Ekonomi

**Variables Entered/Removed[a]**

| Model | Variables Entered | Variables Removed | Method |
|---|---|---|---|
| 1 | Emphaty_X5, Assurance_X4, Tangible_X1, Responsiveness_X3, Reability_X2[b] | . | Enter |

a. Dependent Variable: Kepuasanpelanggan_Y

b. All requested variables entered.

**Model Summary**

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|---|---|---|---|---|
| 1 | ,765[a] | ,585 | ,557 | 1,098 |

a. Predictors: (Constant), Emphaty_X5, Assurance_X4, Tangible_X1, Responsiveness_X3, Reability_X2

**ANOVA[a]**

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Regression | 125,772 | 5 | 25,154 | 20,864 | ,000[b] |
| | Residual | 89,216 | 74 | 1,206 | | |
| | Total | 214,987 | 79 | | | |

a. Dependent Variable: Kepuasanpelanggan_Y

b. Predictors: (Constant), Emphaty_X5, Assurance_X4, Tangible_X1, Responsiveness_X3, Reability_X2

**Coefficients[a]**

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 7,822 | 2,674 | | 2,925 | ,005 |
| | Tangible_X1 | ,036 | ,066 | ,046 | ,548 | ,585 |
| | Reability_X2 | ,288 | ,074 | ,476 | 3,915 | ,000 |
| | Responsiveness_X3 | ,281 | ,131 | ,260 | 2,150 | ,035 |
| | Assurance_X4 | -,220 | ,104 | -,182 | -2,113 | ,038 |
| | Emphaty_X5 | ,121 | ,153 | ,095 | ,789 | ,433 |

a. Dependent Variable: Kepuasanpelanggan_Y

## b. Kelas Eksekutif

**Variables Entered/Removed[a]**

| Model | Variables Entered | Variables Removed | Method |
|---|---|---|---|
| 1 | Emphaty_X5, Tangible_X1, Responsiveness_X3, Assurance_X4, Reability_X2[b] | . | Enter |

a. Dependent Variable: Kepuasanpelanggan_Y

b. All requested variables entered.

**Model Summary**

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|---|---|---|---|---|
| 1 | ,550[a] | ,302 | ,255 | ,755 |

a. Predictors: (Constant), Emphaty_X5, Tangible_X1, Responsiveness_X3, Assurance_X4, Reability_X2

**ANOVA[a]**

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Regression | 18,291 | 5 | 3,658 | 6,415 | ,000[b] |
| | Residual | 42,196 | 74 | ,570 | | |
| | Total | 60,488 | 79 | | | |

a. Dependent Variable: Kepuasanpelanggan_Y

b. Predictors: (Constant), Emphaty_X5, Tangible_X1, Responsiveness_X3, Assurance_X4, Reability_X2

**Coefficients[a]**

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 10,324 | 2,078 | | 4,968 | ,000 |
| | Tangible_X1 | -,132 | ,050 | -,309 | -2,655 | ,010 |
| | Reability_X2 | ,133 | ,066 | ,261 | 2,011 | ,048 |
| | Responsiveness_X3 | ,219 | ,099 | ,244 | 2,212 | ,030 |
| | Assurance_X4 | ,052 | ,057 | ,108 | ,902 | ,370 |
| | Emphaty_X5 | ,197 | ,097 | ,223 | 2,029 | ,046 |

a. Dependent Variable: Kepuasanpelanggan_Y

## D. Uji *Independent T Test*

**Group Statistics**

| | Kelas | N | Mean | Std. Deviation | Std. Error Mean |
|---|---|---|---|---|---|
| Tangible_X1 | Ekonomi | 80 | 18,11 | ,981 | ,110 |
| | Eksekutif | 80 | 21,86 | 2,055 | ,230 |
| Reability_X2 | Ekonomi | 80 | 20,21 | 2,727 | ,305 |
| | Eksekutif | 80 | 22,08 | 1,719 | ,192 |
| Responsiveness_X3 | Ekonomi | 80 | 16,44 | 1,525 | ,170 |
| | Eksekutif | 80 | 18,69 | ,976 | ,109 |
| Assurance_X4 | Ekonomi | 80 | 17,99 | 1,364 | ,153 |
| | Eksekutif | 80 | 21,35 | 1,836 | ,205 |
| Emphaty_X5 | Ekonomi | 80 | 16,66 | 1,302 | ,146 |
| | Eksekutif | 80 | 18,59 | ,990 | ,111 |
| Kepuasan_Pelanggan | Ekonomi | 80 | 16,99 | 1,650 | ,184 |
| | Eksekutif | 80 | 19,24 | ,875 | ,098 |

**Independent Samples Test**

| | | Levene's Test for Equality of Variances | | t-test for Equality of Means | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | F | Sig. | T | Df | Sig. (2-tailed) | Mean Difference | Std. Error Difference | 95% Confidence Interval of the Difference | |
| | | | | | | | | | Lower | Upper |
| Tangible_X1 | Equal variances assumed | 51,813 | ,000 | -14,732 | 158 | ,000 | -3,750 | ,255 | -4,253 | -3,247 |
| | Equal variances not assumed | | | -14,732 | 113,225 | ,000 | -3,750 | ,255 | -4,254 | -3,246 |
| Reability_X2 | Equal variances assumed | 15,165 | ,000 | -5,168 | 158 | ,000 | -1,863 | ,360 | -2,574 | -1,151 |
| | Equal variances not assumed | | | -5,168 | 133,246 | ,000 | -1,863 | ,360 | -2,575 | -1,150 |
| Responsiveness_X3 | Equal variances assumed | 9,245 | ,003 | -11,117 | 158 | ,000 | -2,250 | ,202 | -2,650 | -1,850 |
| | Equal variances not assumed | | | -11,117 | 134,392 | ,000 | -2,250 | ,202 | -2,650 | -1,850 |
| Assurance_X4 | Equal variances assumed | 10,626 | ,001 | -13,151 | 158 | ,000 | -3,363 | ,256 | -3,868 | -2,857 |
| | Equal variances not assumed | | | -13,151 | 145,858 | ,000 | -3,363 | ,256 | -3,868 | -2,857 |
| Emphaty_X5 | Equal variances assumed | 2,359 | ,127 | -10,528 | 158 | ,000 | -1,925 | ,183 | -2,286 | -1,564 |
| | Equal variances not assumed | | | -10,528 | 147,455 | ,000 | -1,925 | ,183 | -2,286 | -1,564 |
| Kepuasan_Pelanggan | Equal variances assumed | 33,311 | ,000 | -10,777 | 158 | ,000 | -2,250 | ,209 | -2,662 | -1,838 |
| | Equal variances not assumed | | | -10,777 | 120,193 | ,000 | -2,250 | ,209 | -2,663 | -1,837 |