

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA KERETA API
KUTOJAYA UTARA KELAS EKONOMI TAHUN 2018**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

IAIN Purwokerto untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh

Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh :
ROKHIMATUL MUFIDAH
NIM. 1522201028

**JURUSAN EKONOMI SYARI'AH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PURWOKERTO
2019**

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Mobilitas penduduk untuk berpindah dari satu tempat yang lain menjadi faktor yang sangat penting. Indonesia Negara yang dapat terus berkembang sudah seharusnya fasilitas untuk mendukung mobilitas tersebut dapat terpenuhi dengan baik. Fasilitas tersebut ialah berupa transportasi umum, permasalahan transportasi semakin kompleks seperti terjadinya kemacetan. Dalam hal ini peran pemerintah dalam mencari solusi dari permasalahan tersebut, yaitu dengan cara menyediakan transportasi umum yang memenuhi standar kelayakan, keamanan, dan kenyamanan yang terhindar dari masalah kemacetan dari padatnya kendaraan bermotor dan mobil.¹ Kereta Api merupakan salah satu moda transportasi yang memiliki karakteristik khusus yang sangat berbeda dengan sarana transportasi lain seperti : bus, travel, dan moda transportasi umum lainnya.

PT. Kereta Api (Persero) sebagai salah satu perusahaan milik Negara yang bergerak dalam bisnis jasa angkutan darat, menyediakan sarana transportasi alternatif yang tepat dalam mengurai problematika angkutan jalan raya, yang banyak di hadapi oleh masyarakat dikota-kota besar, seperti kemacetan, kecelakaan, biaya mahal dll. Keunggulan kompetitif yang dimiliki oleh PT. Kereta Api Indonesia, yaitu mampu mengangkut penumpang dalam jumlah yang sangat besar, akses ke jantung kota, hemat bahan bakar, hemat lahan, rendah polusi, regulated traffic, relative aman, tingkat kecepatan yang lebih tinggi di bandingkan dengan moda yang lain. Sehingga dengan keunggulan kompetitif tersebut moda kereta api menjadi

¹ Khadijah Nurani, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan serta Dampaknya PadaLoyalitas Pelanggan Kereta Api Siantar Ekspres*, (Sumatera Utara, Universitas Sumatera Utara, 2017).

pilihan utama masyarakat untuk melakukan perjalanan antar kota propinsi baik di wilayah pulau jawa maupun di luar jawa (Sumatra).²

Transportasi merupakan sarana yang dibutuhkan masyarakat dengan harapan dapat tercapainya hasil yang memuaskan dalam mendukung kegiatan perekonomian masyarakat dan perkembangan wilayah dalam usaha pengembangan ekonomi. Dalam kehidupan moderen khususnya pada bidang ekonomi, transportasi merupakan urat nadi perekonomian bagi lembaga pemerintahan. Salah satu tugas pemerintah adalah memberikan pelayanan terhadap masyarakat (*public service*) yang diantaranya pengadaan alat transportasi. Transportasi memiliki peranan yang penting dalam segala aspek kehidupan, yaitu baik dari aspek sosial, ekonomi, lingkungan, politik, pertahanan dan keamanan.³

Persaingan bisnis jasa transportasi yang semakin ketat sekarang ini menyebabkan banyak perusahaan yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen. Hal ini seakan menuntut setiap perusahaan jasa transportasi harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utamanya. Pada saat ini semakin banyak diyakini bahwa kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah dengan memberikan nilai (*Value*) lebih kepada pelanggan melalui penyampaian produk atau jasa yang berkualitas dengan harga yang mampu bersaing. Jadi, untuk memuaskan pelanggan dan membina hubungan baik dengan pelanggan, maka suatu perusahaan harus membuat dirinya berbeda dengan para pesaing dan yang terutama adalah menambah value atau nilai pada setiap pelayanan yang diberikan.⁴

² Sulistyowati, Retno Mulyasih, *Study Kepuasan Penumpang Kereta Api Kamandaka Jurusan Semarang-Purwokerto*, (JDEB), Vol. 13 No. 2 Pktober 2016 hlm. 120.

³ Dewa Ayu Putu Aprilia Meranggena Putri. *Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Kereta Api Kelas Eksekutif Argo Bromo Anggrek Pagi*. Jurnal Ilmu Manajemen, Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. 2016.

⁴ Tia Indriani, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Tiket Terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Kereta Api (Survei Pada Penumpang Kereta Api Ciremai Ekspres Rute Bandung –Cirebon PP.)* Program Study Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Pasundan Bandung. 2015.

Dalam era perkembangan transportasi dan kecanggihan teknologi menyebabkan manusia cenderung memilih transportasi yang cepat dan terjangkau. Menyadari peranan transportasi darat khususnya pelayanan di dalam kereta api harus seimbang dengan tingkat kebutuhan dan tersedianya pelayanan angkutan yang ramah, aman, cepat, lancar, tertib, teratur, nyaman, selamat dan efisien. Menurut Lupiyoadi (2009:168) menyatakan bahwa salah satu indikator keberhasilan dalam bisnis jasa adalah kualitas layanan, dimana salah satu cara menciptakan kualitas layanan. Hal ini diperkuat oleh Lovelock (2007:102-104) yang menyatakan bahwa kualitas layanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan konsumen dan proses pengendalian atas tingkat keunggulan perusahaan untuk memenuhi harapan pelanggan.⁵

Disisi lain, penelitian yang dilakukan oleh Aan Kurniawan (2018) yang berjudul "*Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan PT. Kereta Api Indonesia (PT.KAI) Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kereta Api kelas Eksekutid Taksaka*" menunjukkan bahwa Kualitas jasa berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, yang artinya semakin baik kualitas jasa, semakin tinggi pula kepuasan konsumen. Dalam hal ini kualitas jasa pada kereta api dirasa sangat penting oleh konsumen, karena dengan kualitas baik yang diberikan kepada konsumen akan memberikan kepuasan yang tinggi pada konsumen yang rela mengeluarkan tiket yang relative mahal.⁶

Selain itu, penelitian yang juga dilakukan oleh Dewa Ayu Putu Aprilia Meranggena Putri (2016) yang berjudul "*Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Kereta Api Kelas Eksekutif Argo Bromo Anggrek Pagi*" dalam hasil hipotesis nilai t hitung yang mendapatkan hasil positive yaitu 2.765, dan mendapatkan nilai signifikan kurang dari 0,05 yaitu 0,006, hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen. Sedangkan hipotesis

⁵ Dewa Ayu Putu Aprilia Meranggena Putri, *Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Kereta Api Eksekutif Argo Bromo Anggrek Pagi*, (Jurnal Ilmu Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya).

⁶ Aan Kurniawan, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan PT. Kereta Api Indonesia (PT. KAI) Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kereta Api Kelas Eksekutif Taksaka*, (Yogyakarta, Fakultas Ekonomi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Yogyakarta, 2018).

yang kesua nilai t_{hitung} 6,012 dengan hasil yang positif, didukung dengan nilai signifikan kurang dari 0,05 yaitu 0.000 yang artinya variabel harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen.⁷

PT. Kereta Api Indonesia (Persero) yang biasa di singkat dengan KAI atau PT. KAI adalah Badan Usaha Milik Negara Indonesia yang menyelenggarakan jasa angkutan penumpang.⁸ PT. Kereta Api Indonesia membagi Daerah operasional Indonesia atau DAOP KAI yang dibawah naungan PT. Kereta Api Indonesia dan dibawah direksi PT. KAI Daop dipimpin oleh seorang *Executive Vice President* (EVP) yang mana terbagi menjadi 9 Daop di Jawa, antara lain :

1. Daerah Operasional I Jakarta
2. Daerah Operasional II Bandung
3. Daerah Operasional III Cirebon
4. Daerah Operasional IV Semarang
5. Daerah Operasional V Purwokerto
6. Daerah Operasional VI Yogyakarta
7. Daerah Operasional VII Madiun
8. Daerah Operasional VIII Surabaya
9. Daerah Operasional XI Jember

Daerah Operasional V Purwokerto atau yang disingkat dengan DAOP V Purwokerto adalah salah satu perkeretaapian di Indonesia yang berada dibawah lingkungan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) yang dibawah pimpinan seorang Vice President (VP). Daop V PWT memiliki beberapa stasiun besar diantaranya adalah Stasiun Purwokerto, Stasiun Kutoarjo, Stasiun Kroya, Stasiun Cilacap, dan Stasiun Kebumen.⁹ PT. Kereta Api

⁷ Dewa Ayu Putu Aprilia Meranggena Putri, *Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Kereta Api Eksekutif Argo Bromo Anggrek Pagi*, (Jurnal Ilmu Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya).

⁸ https://id.wikipedia.org/wiki/Kereta_Api_Indonesia, diakses pada tanggal 20 April 2019, pukul 10.00 WIB.

⁹ https://id.wikipedia.org/wiki/Daerah_Operasi_V_Purwokerto, diakses pada tanggal 20 April 2019, pukul 10.00 WIB.

Indonesia (Persero) DAOP V Purwokerto memiliki beberapa layanan kereta api yang antara lain :

1. Layanan Kelas Eksekutif
2. Layanan Kelas Bisnis
3. Layanan Kelas Ekonomi
4. Layanan Kelas Lokal

Kereta api kelas ekonomi adalah kereta api penumpang dibawah kelas bisnis dalam pelayanan oleh PT. Kereta Api Indonesia (persero). Sama halnya dengan kereta api kelas bisnis, kini hampir semua kereta api kelas ekonomi telah dilengkapi dengan *Air Conditioner* (AC).

PT. Kereta Api Indonesia DAOP V Purwokerto mengelola 8 kereta api dengan berbagai jurusan antara lain :

1. KA. Serayu, jurusan Purwokerto – Pasar Senen dan Purwokerto – Jember
2. KA. Logawa, jurusan Purwokerto - Jember
3. KA. Joglosemarkerto atau Kamandaka, Jurusan Purwokerto – Semarang
4. KA. Wijayakusuma, Jurusan Cilacap – Banyuwangi
5. KA. Purwojaya, Jurusan Cilacap – Gambir
6. KA. Kutojaya Utara, Jurusan Kutoarjo – Pasar Senen
7. KA. Kutojaya Selatan, Jurusan Kutoarjo – Bandung
8. KA. Sawung Galih, Jurusan Kutoarjo – Pasar Senen

Kereta Api Kutojaya Utara dengan jurusan Purwokerto – Pasar Senen merupakan kereta api penumpang premium plus (regular) maupun kelas ekonomi AC plus non PSO (tambahan) yang dioperasikan oleh PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasional V Purwokerto yang melalui rute kutoarjo – pasar senen via.¹⁰ Berikut ini merupakan data volume penumpang Kereta Api Kutojaya Utara kelas ekonomi thun 2018, sebagai berikut :

¹⁰ https://id.m.wikipedia.org/wiki/Kereta_Api_Kotojaya_Utara diakses pada tanggal 03 September 2019, pukul 19.54 WIB

Tabel 1.1
Volume Penumpang Kereta Api Kelas Ekonomi
PT. Kereta Api Indonesia (persero)
Tahun Produksi 2018

Jenis Kereta Api / Bulan	Kereta Api Serayu	Kereta Api Kutojaya Utara	Kereta Api Sawung Galih
Januari	15.725	21.575	0
Februari	11.444	18.750	0
Maret	12.266	19.495	0
April	13.024	18.586	0
Mei	10.423	15.050	0
Juni	13.765	15.858	0
Juli	15.910	19.661	0
Agustus	13.300	17.837	1.819
September	12.585	16.822	10.877
Oktober	12.924	11.115	11.056
November	12.500	12.785	5.654
Desember	14.169	14.998	15.433
Total	158.035	202.532	44.839

Sumber : Unit Angkutan Penumpang PT. Kereta Api Indonesia (Persero) DAOP V Purwokerto

Berdasarkan data tabel diatas, kereta api yang dikelola atau dioperasikan PT. Kereta Api Indonesia DAOP V Purwokerto dengan rute Purwokerto – Pasar Senen terdapat 3 kereta api yaitu kereta api serayu, kereta api kutojaya utara dan kereta api sawung galih. Dari ke 3 kereta api tersebut pada tahun 2018, kereta api kutojaya utara memiliki penumpang paling tinggi dibandingkan dengan kereta api Serayu dan kereta api Sawung Galih dengan jumlah 202.532 penumpang.

Dari data tersebut terlihat bahwa naik turunnya penumpang atau ketidakstabilnya penumpang terlihat sangat jelas pada tahun 2018. Hal ini harus diperhatikan oleh perusahaan dengan menganalisis keluhan-keluhan pelanggan seperti adanya keluhan tentang pelayanan yang kurang memuaskan, ketidak tepatan waktu pemberangkatan maupun waktu tiba sampai tujuan. Serta keluhan-keluhan yang berhubungan dengan fasilitas kereta api

contohnya ada perbedaan antara toilet KA. kelas ekonomi dan KA. kelas ekonomi dan keluhan-keluhan berhubungan dengan harga. Pihak-pihak perusahaan juga harus mampu memahami keinginan-keinginan pelanggannya dan serta mempelajari faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Penjualan tertinggi tetap berada bulan-bulan yang didalamnya ada perayaan hari-hari besar seperti hari raya idul fitri, hari raya idul adha, natal dan juga tahun baru. Kenaikan yang signifikan ini bisa menjadi sebuah boomerang juga bagi perusahaan dikarenakan membludaknya penumpang mengakibatkan pelayanan menjadi kurang bagus. Sering terjadi antrian didepan boarding pass kereta. Antrian panjang ini membuat konsumen tidak nyaman karena berdiri cukup lama.

Menurut Amir (2012:70) faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen atau penumpang adalah kualitas pelayanan, kualitas produk, promosi dan harga. Faktor-faktor tersebut khususnya kualitas pelayanan dan harga memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap konsumen atau penumpang. Hubungan antara kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen diperkuat dengan jurnal penelitian yang dilakukan oleh Eswika Nilasari Istiatin dalam jurnal EMBA Vol. 1 No. 4 Tahun. 2015 menunjukkan bahwa secara simultan kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.¹¹

Jasa transportasi bersaing untuk memberikan kepuasan bagi setiap konsumennya. Kepuasan dapat dirasakan pelanggan. Harapan pelanggan dipengaruhi oleh faktor-faktor, seperti persepsi pelanggan mengenai kualitas, pemenuhan kebutuhan, rekomendasi dari orang lain, kualitas layanan dan harga untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Di yakini bahwa kunci utama untuk mempertahankan pasar dalam persaingan adalah memberikan kepuasan pelanggan dan merupakan suatu hal yang selama ini ingin dicapai oleh perusahaan. Menurut Kotler (2009:139) kepuasan konsumen merupakan

¹¹ Abdul Rahman Fauzi, *Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Penumpang di PT. Kereta Api Indonesia (Survey Pada Penumpang KA. Argo Parahyangan)*, (Bandung, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pasundan Bandung, 2017.), hlm. 8

tingkat dasar perasaan konsumen dari suatu pelayanan (jasa) ataupun kualitas dari suatu produk yang dapat didefinisikan sebagai pemenuhan kebutuhan yang dapat melebihi dari keinginan atau harapan dari konsumen.¹²

Kepuasan konsumen dalam hal ini adalah kepuasan penumpang, merupakan salah satu inti filsafat konsep pemasaran. Sehingga suatu program pemasaran yang baik harus dapat mendorong peningkatan perilaku konsumen dan keputusan membelinya terhadap produk barang ataupun jasa. Kepuasan konsumen ini bisa dipenuhi oleh perusahaan melalui kemudahan dalam pelayanan serta jaminan yang akan diberikan oleh perusahaan.

Kepuasan konsumen atau kepuasan penumpang merupakan fokus utama atau tujuan dari PT. Kereta Api Indonesia (Persero) dalam melayani kebutuhan konsumen. Konsumen yang merasa puas dengan kualitas pelayan atau sama dengan pelayanan yang prima, fasilitas yang diberikan dan harga tiket yang terjangkau yang ditawarkan oleh PT (Persero) Kereta Api Indonesia maka konsumen akan terus menjadi pelanggan setia yang dapat dijadikan media promosi gratis bagi perusahaan.

Melalui kualitas pelayanan yang baik maka akan terjadi peningkatan pelanggan yang diikuti dengan peningkatan keuntungan, sehingga kepuasan konsumen merupakan konsep sentral dalam wacana bisnis dan manajemen, dimana konsekuensi kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan sangat krusial bagi kalangan bisnis karena kepuasan dipandang sebagai salah satu dimensi kinerja pasar yang berpotensi mengarahkan pada pertumbuhan penjualan jangka panjang dan jangka pendek. Kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan konsumen dan berakhir dengan kepuasan konsumen serta persepsi positif terhadap kualitas layanan Tjiptono (2011:343).¹³

Salah satu pendorong kepuasan pelanggan lainnya adalah harga. Harga merupakan jumlah uang yang ditukarkan atau dibayarkan oleh konsumen

¹² Dewa Ayu Putu Aprilia Meranggena Putri. *Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Kereta Api Kelas Eksekutif Argo Bromo Anggrek Pagi*. Jurnal Ilmu Manajemen, Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. 2016.

¹³ Dewa Ayu Putu Aprilia Meranggena Putri, *Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Kereta Api Eksekutif Argo Bromo Anggrek Pagi*, (Jurnal Ilmu Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya).

untuk memperoleh suatu produk (Kotler dan Amstrong, 2008:63). Ketika memilih diantara merek-merek yang ada, konsumen akan mengevaluasi harga secara absolut tetapi dengan membandingkan beberapa standar harga sebagai referensi untuk melakukan pembelian. Pendapat lain juga dikemukakan oleh Wijayanti (2008), semakin tinggi tingkat kewajaran harga yang dirasakan konsumen, kepuasan akan meningkat.¹⁴

Harga merupakan unsur yang sangat sensitive bagi konsumen, penetapan harga menjadi hal yang sangat penting untuk bisa memperoleh pelanggan. kesalahan dalam penetapan harga bisa berakibat fatal bagi perusahaan. Memang dengan harga yang tinggi perusahaan bisa meraih keuntungan lebih besar akan tetapi bagi pelanggan, harga yang terlalu mahal bisa menjadi sebuah ketakutan. Masyarakat pada umumnya menyukai produk dengan harga yang sesuai dengan nilai yang diterima oleh pelanggan, sehingga pelanggan tidak merasa keberatan dengan uang yang telah dikeluarkan untuk membeli produk atau jasanya.¹⁵ Dari ketiga jenis transportasi darat yang saling bersaing di rute Purwokerto – Pasar Senen PP berikut adalah daftar harga tiketnya :

Tabel 1.2
Perbandingan Harga Tiket Alat Transportasi Purwokerto Kelas Ekonomi

Jenis Transportasi	Kereta Api Kutojaya Utara kelas Ekonomi	Bus Akap Sinar Jaya	Mitra Travel
Harga	205.000	110.000	150.000

Berdasarkan data harga tiket alat transportasi tersebut, dapat disimpulkan bahwa harga tiket kereta api kutojaya utara adalah harga yang paling tinggi dibandingkan dengan travel dan bus akap. Harga ini bisa memicu persepsi yang tinggi akan kualitas dari perusahaan. Harapan pelanggan

¹⁴ Dewa Ayu Putu Aprilia Meranggena Putri. *Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Kereta Api Kelas Eksekutif Argo Bromo Anggrek Pagi*. Jurnal Ilmu Manajemen, Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. 2016.

¹⁵ Abdul Rahman Fauzi, *Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Penumpang di PT. Kereta Api Indonesia (Survey Pada Penumpang KA. Argo Parahyangan)*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pasundan Bandung, 2017

terhadap kualitas layanan atau kinerja dari perusahaan akan semakin tinggi karena harga yang mahal. Semakin tinggi harapan pelanggan maka semakin sulit pula untuk menciptakan kinerja terbaik untuk mendapatkan kepuasan dari pelanggan.

Dari uraian latar belakang masalah yang terjadi diatas maka dapat diajukan penelitian tentang **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA KERETA API KUTOJAYA UTARA KELAS EKONOMI”**.

B. Definisi Operasional

Penulis akan menjelaskan mengenai istilah-istilah yang digunakan agar tidak terjadi perbedaan penafsiran. Juga memberikan arah, tujuan, dan apa yang ingin dicapai dalam penelitian, antara lain :

1. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah sebagai penilaian pelanggan atas keunggulan atau keistimewaan suatu produk atau layanan secara menyeluruh. Kualitas pelayanan jasa identik dengan mutu dari usaha itu sendiri, sehingga usaha untuk meningkatkan pelayanan selalu dilakukan agar dapat memaksimalakn kualitas pelayanan jasa.¹⁶

Kualitas merupakan senjata perusahaan agar dapat memenangkan persaingan, namun hampir semua perusahaan terutama perusahaan yang bergerak dibidang jasa berupaya menghasilkan kualitas yang sama, untuk itu kualitas bukan satu-satunya jalan ampuh yang ditempuh perusahaan untuk dapat bersaing dengan komopetitorny. Menurut *American Society For Quality Contrl*, kualitas adalah keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik-karakteristik dari suatu produk atau jasa dalam hal kemampuan untuk

¹⁶ Muhammad Ariefian Isnani, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Online Resevation Ticket Terhadap Kepuasan Pelanggan (Study Kasus pada PT. Kereta Api Indonesia Daop IV Semarang)*, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro Semarang, 2013

memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan atau bersifat laten.¹⁷

Lewis dan Booms (1983) dalam F. Tjiptono dan G. Chandra (2011:180) mendefinisikan kualitas layanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Kualitas pelayanan dapat diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Menurut Huang (2009:2) kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai keseluruhan kesan pelanggan terhadap efisiensi relative organisasi dan layanan yang diberikan.¹⁸

Jadi dari definisi di atas dapat di simpulkan bahwa kualitas pelayanan atau layanan adalah kunci sukses untuk dapat mencapai kesuksesan. Baik atau tidaknya kualitas pelayanan barang atau jasa tergantung pada kemampuan produsen dalam memenuhi harapan konsumen secara konsisten. Konsumen yang merasa puas secara tidak langsung akan menciptakan loyalitas, dan mendorong terjadinya rekomendasi dari mulut ke mulut, bahkan dapat memperbaiki citra perusahaan di mata konsumen. Oleh karena itu kualitas pelayanan harus menjadi fokus utama perhatian perusahaan.

2. Harga

Harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan pada suatu produk tertentu. Menurut Tjiptono (2009:13), menyatakan bahwa pada tingkat harga tertentu, jika manfaat yang dirasakan meningkat, maka nilainya akan meningkat pula. Apabila nilai yang dirasakan pelanggan semakin tinggi, maka akan menciptakan kepuasan yang maksimal.¹⁹

¹⁷ Bunga Caecaria Dwihapsari, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Pada Oryza Tour*, Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang, 2012.

¹⁸ Lily Harjati dan Yurike Venesia, *Pengaruh Kualitas Layanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Maskapai Penerbangan Tiger Air Mandala*, (E-Journal WIDYA Ekonomika), Vol.01.No.01.2015.

¹⁹ Merryta Cristinawati Putri, *Analisis Harga, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Foodcourt Agrowisata Istana Jambu Grogol Kabupaten Kediri*, Artikel Skripsi, Fakultas Ekonomi, Universitas Nusantara PGRI Kediri, 2018.

Harga menurut Kotler dan Armstrong (2008:345) dalam mengatakan bahwa harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa. Lebih jauh lagi, harga adalah sejumlah nilai yang konsumen tukarkan untuk jumlah manfaat dengan memiliki atau menggunakan suatu barang atau jasa.²⁰

Menurut Alma dan Hurryati (2008:306), Harga merupakan sejumlah uang sebagai alat tukar untuk memperoleh produk atau jasa yang harus diberikan konsumen kepada produsen, dan diantaranya elemen bauran pemasaran yang lain harga merupakan satu-satunya elemen yang menghasilkan pendapatan, sementara elemen-elemen lainnya hanya dapat menghasilkan biaya.²¹

Keputusan penetapan harga sangat penting dalam menentukan seberapa jauh sebuah layanan jasa dapat dinilai oleh konsumen dan juga dalam proses membangun citra serta dapat memberikan persepsi tertentu dalam hal kualitas (Lupiyoadi, 2001:86). Pada umumnya, Perusahaan mempunyai beberapa tujuan dalam menetapkan harga produk atau jasanya (Swastha dan Irawan, 1994 : 242)²², Yaitu :

- a. Meningkatkan penjualan
- b. Mempertahankan dan memperbaiki market share
- c. Mencapai target pengembalian investasi
- d. Mencapai laba maksimal

3. Kepuasan Konsumen

Menurut pemasaran Kotler dan Keller (2009), menandakan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul

²⁰ Katon Wisnu Bhagaskoro, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Terrace Café Yogyakarta (Study Kasus Pada Pelanggan Di Terrace Café Yogyakarta Jl. Raya Seturan No.04, Sleman, Yogyakarta)*, Fakultas Ekonomi, Program Study Manajemen Jurusan Manajemen, Universitas Sanata Dharma Yogyakarta, 2017.

²¹ Nurul Abidin, *Analisis Pengaruh Kualitas Pekayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Study Kasus Pada Bengkel Servis Motor AHASS Honda Universitas Muhammadiyah Surakarta)*, Program Study Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2015.

²² Dias Widyarto, *Pengaruh Kulaitas Pelayanan dan Harga Terhadap kepuasan Konsumen Hotel Pandanaran Semarang*, Diponwgoro Jurnal Of Social And Politic, Tahun 2012, Hal.1-6

karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk terhadap ekspektasi mereka. Untuk masalah kepuasan konsumen terlebih dahulu, harus didapati arti kepuasan itu sendiri. Kepuasan merupakan suatu respon emosi seseorang terhadap suatu hal yang tengah dihadapinya. Emosi berarti menunjukkan perasaan suka atau tidak suka terhadap suatu hal. Kepuasan merupakan kebutuhan dasar yang di gambarkan sebagai suatu hal yang menyenangkan. Rasa puas akan muncul jika dorongan tersebut dapat disalurkan dan begitu pula sebaliknya akan merasa tidak puas apabila dorongan-dorongan tersebut tidak dapat disalurkan.²³

Sedangkan menurut Zeithaml and Bitner (2000:110), Definisi Kepuasan adalah tanggapan konsumen terhadap suatu produk atau jasa apakah telah memenuhi kebutuhan dan ekspektasi pelanggan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen.²⁴

Kepuasan pelanggan merupakan faktor yang sangat menentukan dalam pemasaran, sebaiknya kekecewaan pelanggan dalam memberi layanan bisa menjadikan kehancuran perusahaan di masa yang akan datang. Kepuasan ini terjadi sebagai hasil berpengaruhnya ketrampilan, pengetahuan, perilaku, sikap dan penyediaan sarana. Tingkat kepuasan juga amat subyektif dimana satu konsumen dengan konsumen lain akan berbeda.

Menurut Supranto (2001:234) kepuasan pelanggan adalah respon pemenuhan dari pelanggan terhadap perbandingan antara produk/jasa yang telah di terima dengan produk/jasa yang diharapkan. Jika produk/jasa yang di terima dibawah harapannya maka pelanggan kecewa, sedangkan

²³ Rizqi Fauzi, *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga terhadap kepuasan konsumen (Study Kasus Pada Pelanggan Otentik Koppi Jogja)*, Program Study Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta, 2017.

²⁴ Ghali Galang Tangguh W, Edriana Pangestuti, dkk, *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Layanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Go-Ride (Survei Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2016/2017 dan 2017/2018)*, Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol.61 No. 2, Tahun.2018.

jika produk/jasa yang diterima lebih besar dari harapannya maka pelanggan akan puas.²⁵

Pelanggan yang puas akan melakukan bisnis lebih banyak dan sering membeli produk/jasa tersebut. mereka akan membeli lebih banyak sepanjang waktu, dan membeli lebih sering. Mereka juga akan merekomendasikan produk/jasa tersebut kepada kerabat dan teman-temannya. Semakin puas seorang pelanggan, semakin banyak uang yang dibelanjakan, semakin banyak yang terjual. Dan biasanya, bila menjual produk/jasa tersebut lebih banyak, keuntungan anda pun akan semakin besar.²⁶

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, maka peneliti merumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Kereta Api Kutojaya Utara kelas ekonomi ?
2. Apakah ada pengaruh harga terhadap Kepuasan Pelanggan Kereta Api Kutojaya Utara kelas ekonomi ?

D. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian
 - a. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Kereta Api Kutojaya Utara kelas ekonomi.
 - b. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap Kepuasan Pelanggan Kereta Api Kutojaya Utara kelas ekonomi .
2. Manfaat Penelitian
 - a. Bagi Penulis

²⁵ Ade Ratnasari, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Study Kasus pada Salon Cantik)*, Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang, Vol.4, No.1 Tahun.2016

²⁶ https://id.wikipedia.org/wiki/Kereta_api_Kamandaka, diakses pada 09 Maret 2019 pukul 00.09 WIB

Untuk memperdalam ilmu pengetahuan dan ilmu tentang manajemen pemasaran khususnya tentang kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen dan untuk melihat seberapa jauh teori-teori yang di dapat dari perkuliahan dengan praktik yang sebenarnya.

- b. Bagi PT. Kereta Api Indonesia
 - 1) Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat dijadikan bahan masukan yang positif dan bermanfaat sehingga dapat memberikan pelayanan kepada konsumen yang lebih baik.
 - 2) Sebagai bahan masukan dan informasi bagi PT. Kereta Api Indonesia DAOP V Purwokerto lebih khususnya bagi kereta api Kutojaya utara untuk perbaikan kualitas pelayanan dan harga guna memenuhi kepuasan pelanggan, sehingga dapat menentukan langkah-langkah selanjutnya yang di ambil dalam mengukur kebijaksanaan di masa yang akan datang.

E. Sistematika Pembahasan

Bab I Pendahuluan

Bab ini memuat uraian tentang latar belakang masalah, definisi operasional, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

Bab II Tinjauan Pustaka

Bab ini memuat uraian tentang landasan teori yang digunakan sebagai dasar dari analisis penelitian, kerangka penelitian, dan hipotesis.

Bab III Metode Penelitian

Bab ini memuat deskripsi tentang variabel penelitian, cara penentuan sampel, jenis dan sumber data, serta metode analisis yang dipakai dalam penelitian.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini memuat tentang uraian hasil yang diperoleh dalam penelitian dan pembahasannya yang meliputi deskripsi objek penelitian, analisis data, serta pembahasan atas hasil pengelolaan data.

Bab V Kesimpulan dan Saran



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari variabel kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Kereta Api Kutojaya Utara Kelas Ekonomi secara simultan dan parsial. Berdasarkan rumusan masalah yang diajukan, analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel independen kualitas pelayanan (X_1) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Y) dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0.655 dengan menggunakan α sebesar 0.05 dengan nilai signifikansi 0.000. sehingga variabel independen kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada Kereta Api Kutojaya Utara Kelas Ekonomi.
2. Variabel independen harga (X_2) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Y) dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0.654 dengan menggunakan α sebesar 0.05 dengan nilai signifikansi 0.000. sehingga variabel independen harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada Kereta Api Kutojaya Utara Kelas Ekonomi.

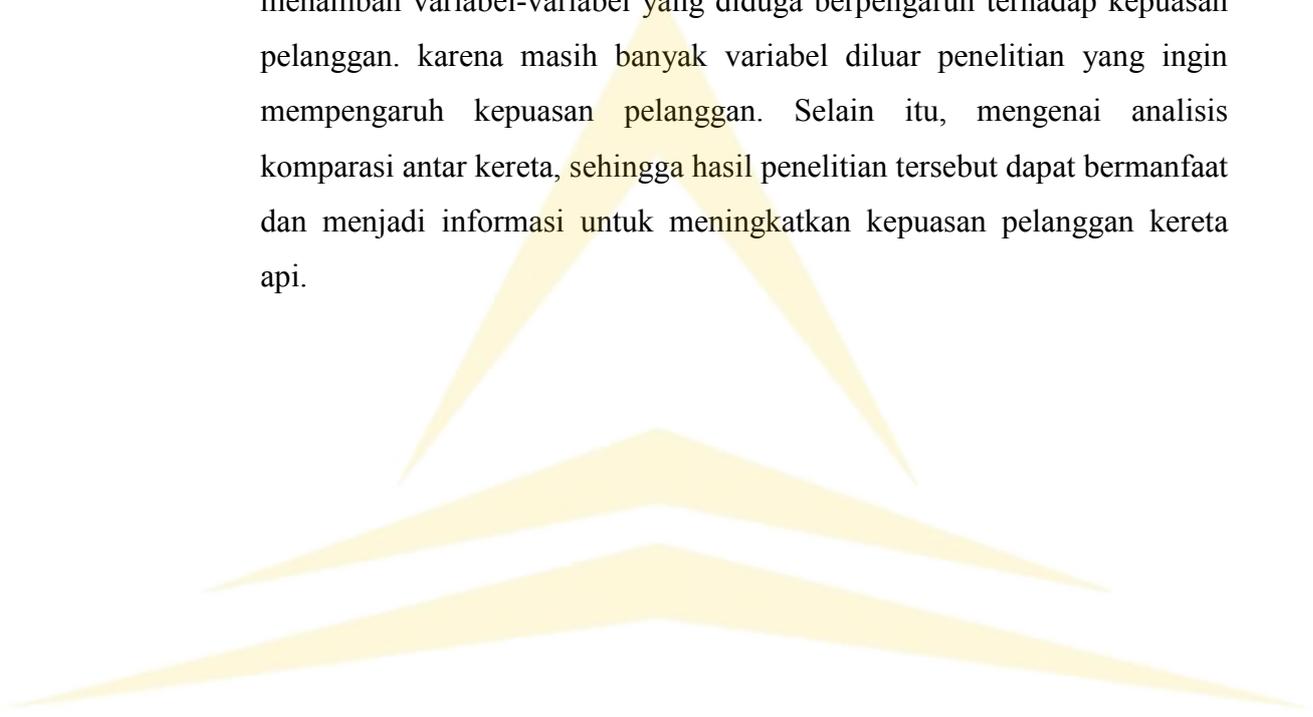
B. Saran-saran

Setelah mengambil kesimpulan dari penelitian ini, peneliti ingin menyampaikan saran-saran kepada pihak yang terkait dengan harapan dapat bermanfaat dan menjadi acuan perbaikan. Adapun saran-saran tersebut antara lain :

1. Diharapkan kepada direktur PT. Kereta Api Indonesia DAOP 5 Purwokerto dapat memperhatikan atau meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada Kereta Api Kutojaya Utara Kelas Ekonomi, misalnya memastikan kebersihan Kereta Api Kutojaya Utara, memberikan pelayanan yang cepat dan tepat, serta memberikan perhatian ekstra setiap

keluhan yang cepat dan tepat. Hal ini diharapkan agar kepuasan pelanggan semakin meningkat sehingga pelanggan datang kembali untuk membeli tiket kereta api kutojaya utara. Dan pengelola dalam strategi harga yang tepat supaya mampu bersaing dengan competitor yang saat ini semakin banyak.

2. Bagi penelitian yang akan datang diharapkan mampu meneliti secara lebih mendalam terhadap permasalahan yang dihadapi. Misalkan dengan menambah variabel-variabel yang diduga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. karena masih banyak variabel diluar penelitian yang ingin mempengaruhi kepuasan pelanggan. Selain itu, mengenai analisis komparasi antar kereta, sehingga hasil penelitian tersebut dapat bermanfaat dan menjadi informasi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan kereta api.



IAIN PURWOKERTO

DAFTAR PUSTAKA

NON BUKU

- Aan Kurniawan, 2018 "*Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan PT. Kereta Api Indonesia (PT. KAI) Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kereta Api Kelas Eksekutif Taksaka*", (Yogyakarta, Fakultas Ekonomi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Yogyakarta,).
- Abdul Rahman Fauzi, 2017, "*Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Penumpang di PT. Kereta Api Indonesia (Survey Pada Penumpang KA. Argo Parahyangan)*", (Bandung, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pasundan Bandung,).
- Ade Duana Pratiwi, 2012 "*Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Tiket Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Kereta Api Kaligung Mas Kelas Eksekutif Pada PT. KAI DAOP 4 Semarang*", Semarang: Fakultas Ekonomika Dan Bisnis, Universitas Diponegoro,
- Ade Ratnasari, 2016, "*Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Study Kasus pada Salon Cantik)*", *Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang*, Vol.4, No.1 Tahun.
- Adinta Noorani, "*Analisis Pengaruh kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Jasa Transportasi Kereta Api Argo Muria (Study Kasus Pada PT. Kereta Api Indonesia DAOP IV Semarang)*" (Semarang: Fakultas Ekonomika Dan Bisnis, Universitas Diponegoro, 2014)
- Anastasia Anita Wulandari, 2017 "*Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Transportasi Darat (Study Kasus Pada Penumpang Kereta Api Prambanan Ekspres Tugu Yogyakarta)*", (Yogyakarta, Universitas Sanata Dharma).
- Asep Sukmo Raharja, 2009 "*Pengaruh Fasilitas, Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Internet Dikecamatan Gajah Mungkur Semarang*". (Semarang, Universitas Negeri Semarang)
- Bayu Triyanto, 2014 "*Analisis Pengaruh Produk, Promosi, Harga, Dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian (Study Kasus Pada Toko Seyegan Sport Sleman Yogyakarta)*". (Semarang, Universitas Negeri Yogyakarta,)
- Benediktusn Pancananda Widyantara Susila, 2000, "*Faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Kelas Kereta Api,*" (Yogyakarta: Teknik Universitas Atma Jaya Yogyakarta)
- Bunga Caecaria Dwihapsari, 2012 "*Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap kepuasan Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Pada Oryza Tour,* (Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang).
- Daddy J. Lumenta, Dkk, 2015 "*Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Kosumen Pt. Pos Indonesia (Persero) Manado,*" (Manado, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sam Ratulangi Manado).
- Dewa Ayu Putu Aprilia Meranggena Putri, 2016 "*Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Kereta Api Kelas Eksekutif Argo Bromo Anggrek*

Pagi. Jurnal Ilmu Manajemen, Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya.

Dias widyanto, 2012 "Pengaruh Kulaitas Pelayanan dan Harga Terhadap kepuasan Konsumen Hotel Pandanaran Semarang,(Diponwgoro Juornal Of Social And Politic)

Eko Yuwananto,2011 "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Usaha Bahan Bangunan Sembilan Lima Di Kecamatan Gunung Pati" (Semarang, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang).

Eni Fitriani, 2017 "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Halu Oleo." (Sulawesi Tenggara, Universitas Halu Oleo)

Fidya Pangestika, 2018 "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap kepuasan Pelanggan Pada Restoran D'Java Steak Purwokerto," (Purwokerto:Fakultas Ekonomi danBisnis Islam,Institut Agama Islam Negeri Purwokerto)

Fika Ayu Widyanita, 2018 "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan E-Commerce Shopee Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee Indonesia Pada Pengguna Shopee." (Yogyakarta, Universitas Islam Indonesia)

Ghalih Galang Tangguh W,Edriana Pangestuti,dkk, 2018 "Pengaruh Citra Merek, Kualitas Layanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Go-Ride (Survei) Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2016/2017 dan 2017/2018)", Jurnal Administrasi Bisnis (JAB),Vol.61 No. 2.

Herri Affandi, Dkk, 2017 "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Mon Pase Kabupaten Aceh Utara," (Jurnal Teknik Sipil, Universitas Syiah Kuala), Vol. 6, No. 3, Mei,

<http://www.wisesatravel.com/2015/07/info-pembagian-kelas-ka-di-indonesia.html> diakses pada hari Sabtu, 27 Juli 2019 pukul 08.07

<https://blog.qtiket.com/2018/07/perbedaan-kelas-kereta-api-ekonomi-bisnis-ekskutif.html> diakses pada hari Sabtu, 27 Juli 2019 pukul 08.29

https://id.m.wikipedia.org/wiki/Kereta_Api_Kotojaya_Utara diakses pada tanggal 03 September 2019, pukul 19.54 WIB

https://id.wikipedia.org/wiki/Daerah_Operasi_V_Purwokerto, diakses pada tanggal 20 April 2019, pukul 10.00 WIB

https://id.wikipedia.org/wiki/Kereta_Api_Indonesia, diakses pada tanggal 20 April 2019, pukul 10.00 WIB.

https://id.wikipedia.org/wiki/Kereta_api_Kamandaka, diakses pada 09 Maret 2019 pukul 00.09 WIB

<https://travel.kompas.com/read/2018/06/13/064100827/pt-kai-punya-5-subkelas-kereta-sekarang-ini-bedanya>. Diakses pada hari Sabtu, 27 Juli 2019 pukul 09.02

- Inayatun Nisa, 2015 *"Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek dan Relationship Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen (Study Kasus Pada Pengguna Kereta Api Di Stasiun Gambir)"*, (Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatulloh Jakarta).
- Indri, 2005, *HADITS EKONOMI ekonomi dalam prespektif hadist Nabi*, (Jakarta : Prenadamedia Group).
- Katon Wisnu Bhagaskoro, 2017 *"Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Terrace Café Yogyakarta (Study Kasus Pada Pelanggan Di Terrace Café Yogyakarta Jl. Raya Seturan No.04, Sleman, Yogyakarta)"*, (Fakultas Ekonomi, Program Study Manajemen Jurusan Manajemen, Universitas Sanata Dharma Yogyakarta).
- Khadijah Nurani, 2017, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan serta Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan Kereta Api Siantar Ekspres*, (Sumatera Utara, Universitas Sumatera Utara)
- Lily Harjati dan Yurike Venesia, 2017 *"Pengaruh Kualitas Layanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Maskapai Penerbangan Tiger Air Mandala"*, (E-Journal WIDYA Ekonomika), Vol.01.No.01.2015.
- Merryta Cristinawati Putri, 2018 *"Analisis Harga, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Foodcourt Agrowisata Istana Jambu Grogol Kabupaten Kediri"*, Artikel Skripsi, Fakultas Ekonomi, Universitas Nusantara PGRI Kediri.
- Muhammad Ariefian Isnain, 2013 *"Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Online Resevation Ticket Terhadap Kepuasan Pelanggan (Study Kasus pada PT. Kereta Api Indonesia Daop IV Semarang)"*, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro Semarang.
- Mujiroh, 2005 *"Pengaruh Produk, Pelayanan, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pasar Swalayan Indo Risky Purbalingga"*, (Semarang, Universitas Negeri Semarang)
- Nafia Choirul Mar'ati, *"Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Ojek Online (Study Pada Konsumen Gojek Di Surabaya)"*, (Surabaya, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya)
- Ndaru Prasastono dan Sri Yulianto FajarPradapa, 2012 *"Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kentucky Fried Chicken Semarang Candi"*, (Jurnal Dinamika Kepariwisata) Vol. XI No. 2, Oktober.
- Nurul Abidin, Analisis 2015 *"Pengaruh Kualitas Pekayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Study Kasus Pada Bengkel Servis Motor AHASS Honda Universitas Muhammadiyah Surakarta)"*, Program Study Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Putu Reina Algista Tarigan, 2018 *"Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Study Pada Konsumen Kita-kita Tour And Travel)"*, (Medan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sumatra Utara)

Ratih Hardiyati, 2010 "*Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Penginapan (Villa) Agrowisata Kebun Teh Pagilaran.*" (Semarang, Universitas Diponegoro)

Rizqi Fawzi, 2017 "*Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga terhadap kepuasan konsumen (Study Kasus Pada Pelanggan Otentik Koppi Jogja)*", Program Study Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta.

Sulistiyowati. Retno Mulyasih, 2016 "*Study Kepuasan Pemumpang Kereta Api Kamandaka Jurusan Semarang-Purwokerto*", (JDEB), Vol. 13 No. 2 Oktober

Tia Indriani, 2015 "*Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Tiket Terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Kereta Api (Survei Pada Pemumpang Kereta Api Cirebon Ekspres Rute Bandung - Cirebon PP.)*" Program Study Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Pasundan Bandung.

Veithzal Rivai Zainal, dkk, 2017 "*Islamic Marketing Management*". (Jakarta: Bumi Aksara)

Yuli Nugrahini, 2012 "*Analisis Kinerja Pelaksanaan Kewajiban Pelayanan Publik Bidang Angkutan Kereta Api Pemumpang Kelas Ekonomi*" Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota, Vol. 23 No. 1, April.

BUKU

Alizar Isna dan Wardo, 2013 "*Analisis Data Kuantitatif Panduan Praktis Untuk Penelitian Sosial Dilengkapi Dengan Analisis Regresi Nominal dan Ordinal*", (Purwokerto: STAIN Press),

Ananta Wikrama Tungga A, dkk, 2014 "*Metodologi Penelitian.....*", (Yogyakarta : Graha Ilmu,)

Daryanto dan Ismanto Setyobudi, 2014 "*Konsumen dan Pelayanan Prima*", (Yogyakarta: Gava Media,)

Donni Juni Priansa, 2017 "*Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*," (Bandung: Alfabeta,).

Duwi Priyatno, 2010 "*Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian dengan SPSS: Tanya Jawab Ujian Pendadaran*", (Yogyakarta: Gava Media).

Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, 2013 "*Perilaku konsumen*", (Yogyakarta : Andi).

Pandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, 2012 "*Pemasaran Strategik Edisi 2,*" (Yogyakarta : ANDI,).

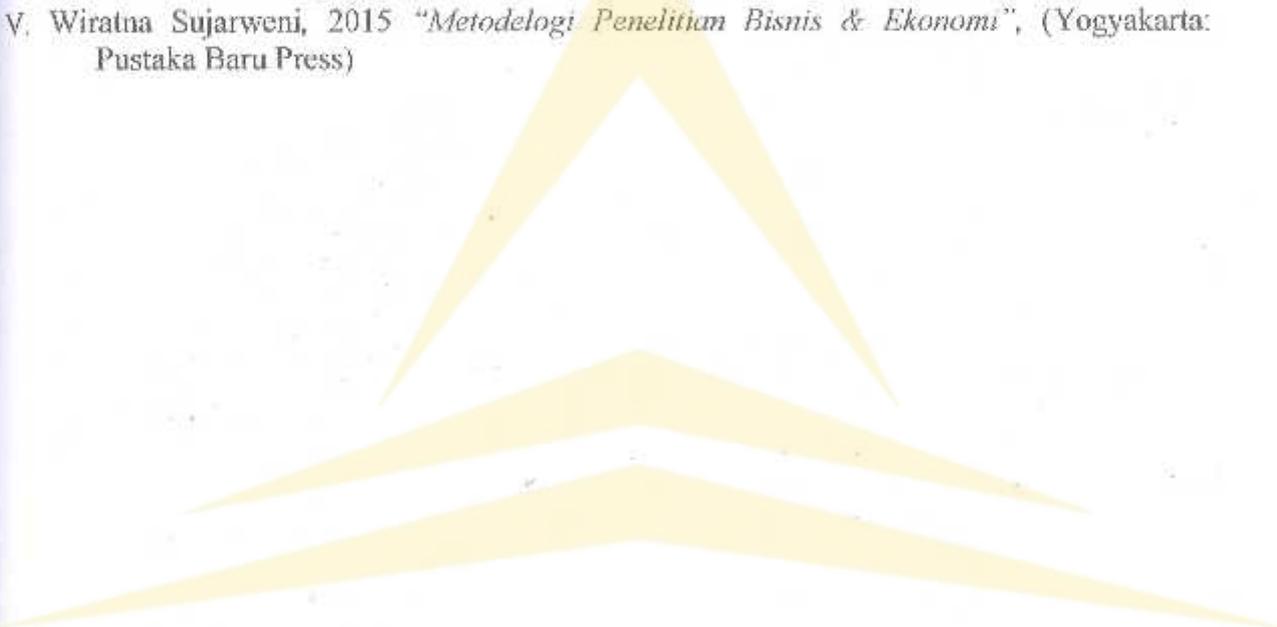
_____, 2012, "*Service Manajemen,*" (Yogyakarta: ANDI)

_____, 2006, "*Manajemen Jasa*", (Yogyakarta: Andi)

Freddy Rangkuti, 2017 "*Riset Pemasaran*", (Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama)

Husein Umar, 2011 "*Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*", (Jakarta: Rajawali Press)

- Imam Ghozali, 2016 *"Aplikasi Multivariate Dengan Program SPSS"*, (Semarang, Penerbit Universitas Diponegoro)
- Kasmir, 2017, *"Customer Service Excellent: Teori dan Praktik,"* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada,)
- Muhammad Adam, 2015, *"Manajemen Pemasaran Jasa,"* (Bandung : Alfabeta)
- Muhammad Aqil dan Roy Effendi, 2015 *"Aplikasi SPSS dan SAS Untuk Perancangan Percobaan"*, (Yogyakarta: Absolute Media).
- Rosady Ruslan, 2003 *"Metode Penelitian Public Relation dan Komunikasi"*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada)
- Sugiyono, 2016, *"Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D"*. (Bandung: Alfabeta)
- Undang-Undang Republik Indonesia, 2010, Nomor 23 tahun 2007 tentang *"Perekeretaapian, Indonesia Legal Center Publishing"*; Jakarta.
- V. Wiratna Sujarweni, 2015 *"Metodelogi Penelitian Bisnis & Ekonomi"*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press)



IAIN PURWOKERTO