

Evaluasi Kualitas Pelayanan Transportasi Kereta Api Eksekutif Ranggajati dengan  
Metode Importance Performance Analysis

SKRIPSI



الجامعة الإسلامية  
الاندونيسية

Ditulis Oleh:

Nama : Hafid Awaluddin  
Nomor Mahasiswa : 14311429  
Program Studi : Manajemen  
Bidang Konsentrasi : Operasi

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**FAKULTAS EKONOMI**

**YOGYAKARTA**

**2019**

**i**

**i**

Evaluasi Kualitas Pelayanan Transportasi Kereta Api Eksekutif Ranggajati dengan  
Metode Importance Performance Analysis

**SKRIPSI**

Ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna memperoleh gelar  
sarjana strata-1

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia



Ditulis Oleh:

Nama : Hafid Awaluddin

Nomor Mahasiswa : 14311429

Program Studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Operasi

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**FAKULTAS EKONOMI**

**YOGYAKARTA**

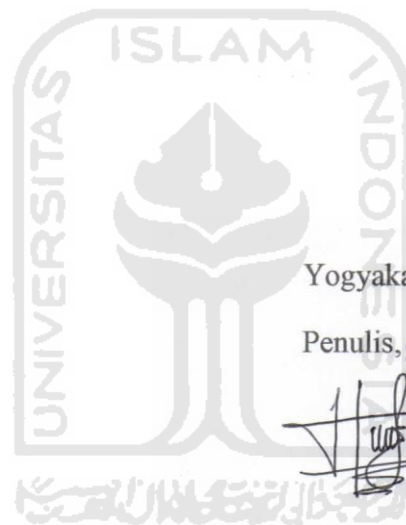
**2019**

**ii**

ii

## 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 di tulis atau diterbitkan orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya saunggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”



Yogyakarta, 22 Oktober 2019

Penulis,



Hafid Awaluddin

## LEMBAR PENGESAHAN

Evaluasi Kualitas Pelayanan Transportasi Kereta Api Eksekutif Ranggajati dengan Metode Importance Performance Analysis

Nama : Hafid Awaluddin

Nomor Mahasiswa : 14311429

Program Studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Operasi

Yogyakarta, 22 Oktober 2019

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing,



Nursya'bani Purnama, S.E., M.Si.

SKRIPSI BERJUDUL  
**EVALUASI KUALITAS PELAYANAN TRANSPORTASI KERETA  
API EKSEKUTIF RANGGAJATI DENGAN METODE IMPORTANCE  
PERFORMANCE ANALYSIS**

Disusun Oleh : **HAFID AWALUDDIN**

Nomor Mahasiswa : **14311429**

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

Pada hari, tanggal: Selasa, 10 November 2020

Penguji/ Pembimbing Skripsi : Nursya'bani Purnama,,S.E., M.Si.

Penguji : Siti Nursyamsiah,Dra.,M.M.

Mengetahui

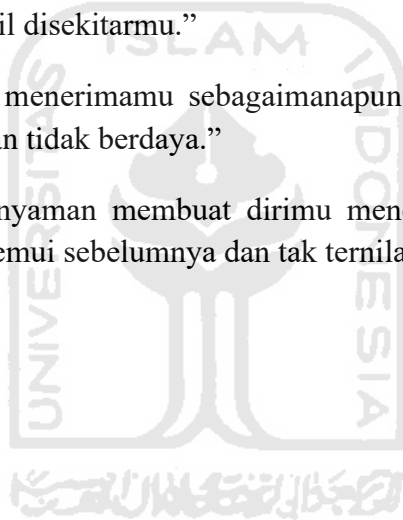
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia



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

## MOTTO:

- “Jadilah seperti dirimu sendiri, karena kamu tidak tau seberapa banyak orang yang ingin menjadi seperti dirimu.”
- “Jalani hari demi hari dengan semangat yang baru. Tidak ada kata terlambat untuk berubah sebelum kamu mencoba.”
- “Pantang menyerah sebelum kamu meraih mimpimu setinggi mungkin.”
- “Berusaha menjadi orang yang paling disegani dan bermanfaat, setidaknya bagi lingkungan kecil disekitarmu.”
- “Keluarga. Mereka menerimamu bagaimanapun dirimu sedang berada di titik paling lemah dan tidak berdaya.”
- “Keluar dari zona nyaman membuat dirimu menemukan pengalaman baru yang tidak dapat ditemui sebelumnya dan tak ternilai harganya.”



## ABSTRAK

### **Evaluasi Kualitas Pelayanan Transportasi Kereta Api Eksekutif Ranggajati dengan Metode Importance Performance Analysis**

Hafid Awaluddin

Fakultas Ekonomi, Jurusan Manajemen

Universitas Islam Indonesia

[hafidawaluddin@gmail.com](mailto:hafidawaluddin@gmail.com)

Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui evaluasi kinerja dari Kereta Api Ranggajati dengan mengukur tingkat kesesuaian antara kepentingan dan tingkat kinerja. Penelitian ini mengambil sampel sebanyak 100 responden yang merupakan Sebagian dari penumpang Kereta Api Ranggajati. Penelitian dilakukan di Stasiun Kereta Api Tugu Yogyakarta dan subjek yang diteliti adalah penumpang Kereta Api Ranggajati. Dalam mengukur tingkat kesesuaian antara kepentingan dan tingkat kinerja dalam penelitian ini menggunakan metode *Importance Performance Analysis*. Hasil analisis menggunakan metode *Importance Performance Analysis* diketahui kebanyakan responden menilai kinerja Kereta Api Ranggajati yang ditinjau dari aspek *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangible* sudah sangat memuaskan (Mean 3,40). Hasil analisis menggunakan metode *Importance Performance Analysis* diketahui kebanyakan responden menilai kepentingan yang ditinjau dari aspek *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangible* sudah sangat

memuaskan (Mean 3,53). Hasil tingkat kesesuaian yang di peroleh antara kinerja dan tingkat kepentingan penumpang Kereta Api Ranggajati dinilai dari aspek *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangible* tidak sesuai (Tingkat Kesesuaian 96,3%). Hasil analisis menunjukkan pada aspek *empathy*, *responsiveness* dan *assurance* terdapat pada kuadran A dan B menunjukkan kinerja yang di hasilkan oleh Kereta Api Ranggajati masih rendah menurut responden. Kereta Api Ranggajati perlu meningkatkan kinerja dari aspek *empathy*, *responsiveness* dan *assurance*.

Kata kunci: Kepentingan, Kinerja, Realibilitas, Responsif, Asuransi, Empati, Tangibel.





## **ABSTRACT**

### **Evaluation of the Quality of Ranggajati Executive Railroad Transportation Services with the Importance Performance Analysis Method**

Hafid Awaluddin

Fakultas Ekonomi, Jurusan Manajemen

Universitas Islam Indonesia

[hafidawaluddin@gmail.com](mailto:hafidawaluddin@gmail.com)

This study aims to determine the performance evaluation of the Ranggajati Train by measuring the level of suitability between interests and performance levels. This study took a sample of 100 respondents who were part of the passengers of the Ranggajati Train. The research was conducted at the Yogyakarta Tugu Railway Station and the subjects studied were passengers of the Ranggajati Train. In measuring the level of suitability between interests and performance levels in this study using the Importance Performance Analysis method. The results of the analysis using the Importance Performance Analysis method, it is known that most respondents rated the performance of the Ranggajati Railway in terms of reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangible aspects as very satisfying (Mean 3.40). The results of the analysis using the Importance Performance Analysis method, it is known that most respondents rated the importance in terms of reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangible aspects as very satisfying (Mean 3.53). The results of the level of conformity obtained between the performance and

the level of interest of the passengers of the Ranggajati Train are assessed from the aspects of reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangible which are not appropriate (Conformity Level 96.3%). The results of the analysis show that the aspects of empathy, responsiveness and assurance are found in quadrants A and B, indicating that the performance generated by the Ranggajati Railway is still low according to respondents. Ranggajati Railway needs to improve its performance from the aspects of empathy, responsiveness and assurance.

Keywords: Importance, Performance, Realibility, Responsiveness, Assurance, Empaty, Tangibles.



## KATA PENGANTAR

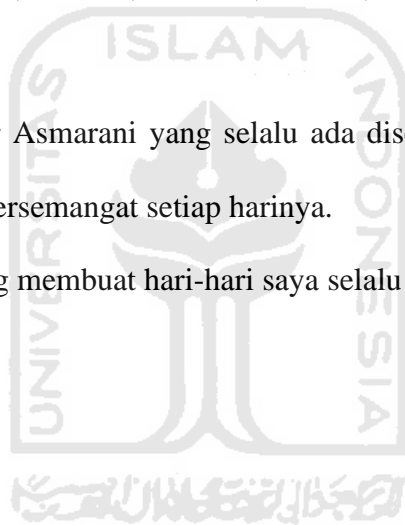
### **Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh**

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT sang pencipta alam semesta yang memberikan rahmat dan karunia-Nya. Tak lupa shalawat dan salam dihaturkan untuk Nabi Muhammad SAW. Dalam proses penulisan dan pembuatan skripsi ini tidak terjadi banyak hambatan. Namun alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan laporan penelitian berjudul “Evaluasi Kualitas Pelayanan Transportasi Kereta Api Eksekutif Ranggajati dengan Metode *Importance Performance Analysis*”.

Dengan rendah hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT. Telah memberikan kemudahan dan semangat untuk mengerjakan penulisan skripsi ini.
2. Nabi Muhammad SAW. Telah membimbing umatnya kejalan yang benar.
3. Orang tua saya. Ibu Wachyu Susanti dan ayah herman Saifurrohman yang doanya selalu menyertai dimana saya berada dan selalu menerima saya dalam kondisi apapun.

4. Bapak Dosen Pembimbing. Pak Nursya'bani Purnama S.E., M.Si. yang telah membimbing saya dengan sangat baik.
5. Adik kandung saya. Hayyundito Rohmanuddin dan Hernanda Tsalitsa Putra yang selalu memotivasi saya supaya menjadi pribadi yang lebih baik lagi setiap harinya.
6. Sahabat-sahabat saya. Fellow Family, yang diantaranya Anang, Pradifa, Izul, Gagas, Heti, Igo, Ari, Habib, Wiltom, Kukuh, Rangga, Hafizh, Arya, Oso, Kelik, Ananto, Ina, Kevin, Essa, Badrun, Nurzain, Wilkar, HIM, Jawir, Dimas, Bowo, dan lainnya.
7. Kekasih saya. Yuki Nur Asmarani yang selalu ada disetiap keadaan apapun dan mampu membuat saya bersemangat setiap harinya.
8. Teman-teman saya. Yang membuat hari-hari saya selalu ceria.



## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL DEPAN SKRIPSI.....	i
HALAMAN JUDUL SKRIPSI.....	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME.....	iii
HALAMAN LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	ix
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
<b>BAB I - PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian.....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
<b>BAB II - TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	13
2.1 Landasan Teori.....	13
2.1.1 Manajemen Operasional Perusahaan Jasa.....	13
2.1.2 Kinerja Pelayanan Sektor Publik.....	17
2.1.3 Dimensi Pelayanan Jasa.....	18
2.1.4 Customer Satisfaction (Kepuasan Pelanggan).....	20
2.1.5 Importance-Performance Analysis.....	23

<b>BAB III - METODE PENELITIAN .....</b>	<b>39</b>
3.1    Lokasi Penelitian .....	39
3.2    Definisi Operasional Variabel.....	39
3.3    Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.3.1    Jenis Data .....	40
3.3.2    Teknik Pengumpulan Data .....	41
3.4    Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	41
3.4.1    Populasi.....	41
3.4.2    Sampel.....	42
3.4.3    Teknik Pengambilan Sampel .....	42
3.4.4    Penentuan Jumlah Sampel.....	42
3.5    Pengukuran Variabel.....	43
3.6    Uji Validitas dan Reliabilitas Indikator Variabel.....	45
3.6.1    Uji Validitas .....	45
3.6.2    Uji Reliabilitas.....	46
3.7    Metode Analisis Data .....	46
3.7.1    Analisis Deskripsi Variabel .....	46
3.7.2    Analisis Kinerja dan Kepentingan (Importance Performance Analysis).....	46
<b>BAB IV - HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>52</b>
4.1    Profil Perusahaan Kereta Api Ranggajati .....	52
4.2    Analisis Data.....	54
4.2.1    Profil Respondenn.....	54
4.2.2    Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen-Instrumen Penelitiani .....	58
4.2.3    Deskripsi Kinerja dan Kepentingan .....	60
4.2.4    Analisis Kepentingan Kinerja (Importance Performance Analysis).....	65
4.2.5    Pembahasan.....	71
<b>BAB V - KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>74</b>
5.1    Kesimpulan.....	74

5.2	Saran .....	75
DAFTAR PUSAKA.....		78
LAMPIRAN.....		80



## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Skala Likert Penelitian .....	43
Tabel 3.2 Interval Skala Penelitiann .....	45
Tabel 4.1. Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamini.....	54
Tabel 4.2. Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan.....	55
Tabel 4.3. Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaani.....	55
Tabel 4.4. Klasifikasi Responden Berdasarkan Usiaai .....	56
Tabel 4.6. Klasifikasi Responden Berdasarkan Frekuensi Menggunakan Jasa Transportasi Kereta Api dalam Setahun .....	58
Tabel 4.7. Hasil Uji Validitas Item-item Variabel Kinerja.....	58
Tabel 4.8. Hasil Uji Validitas Item-item Variabel Kepentingani.....	59
Tabel 4.9. Hasil Uji Reliabilitasi.....	60
Tabel 4.10. Kriteria Analisis Gap .....	61
Tabel 4.11. Analisis Gap Dimensi Reliability .....	61
Tabel 4.12. Analisis Gap Dimensi Responsiveness .....	62
Tabel 4.13. Analisis Gap Dimensi Assurance.....	63
Tabel 4.14. Analisis Gap Dimensi Emphathy.....	63
Tabel 4.15. Analisis Gap Dimensi Tangibles.....	64
Tabel 4.16. Tingkat Kesesuaian Item dan Dimensi Kinerja dan Kepentingan .....	66



## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 3.1_Matrik Importance Performance Analysis .....	49
Gambar 4.1_Dimensi Diagram Kartesius .....	69
Gambar 4.2_Diagram Kartesius Item .....	69



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam era globalisasi sekarang ini, membuat manusia menjadi lebih sering melakukan mobilitas. Baik untuk pekerjaan, ataupun hal yang lain. Dalam melakukan mobilitas, manusia menggunakan transportasi sebagai sarana agar lebih efisien waktu. Oleh karena itu, transportasi merupakan sarana yang sangatlah penting bagi manusia. Dalam dunia transportasi, persaingan bisnis transportasi sangatlah ketat. Perusahaan melakukan inovasi agar lebih unggul dalam bersaing dengan perusahaan yang lain. Salah satu inovasi yang diterapkan, perusahaan berusaha memberikan layanan sebaik mungkin kepada konsumen. Manusia lebih memilih transportasi yang aman, cepat dan terjangkau. Salah satu transportasi darat yang terbilang sering digunakan oleh konsumen salah satunya yaitu kereta api.

Kereta api adalah bentuk transportasi rel yang terdiri dari serangkaian kendaraan yang ditarik sepanjang jalur rel kereta api untuk mengangkut kargo atau gerbong yang berisikan penumpang. Gaya gerak disediakan oleh lokomotif yang terpisah atau motor individu dalam beberapa unit. Meskipun propulsi historis mesin uap mendominasi, bentuk-bentuk disediakan oleh kabel *overhead* atau rel tambahan. Sumber energi lain termasuk kuda, tali atau kawat, modern sekarang ini umumnya adalah listrik lokomotif dan mesin diesel. Rel kereta api biasanya terdiri dari dua, tiga

atau empat rel, dengan sejumlah monorel dan *guideways maglev* dalam campuran. Kata **Train** berasal dari Bahasa Prancis Kuno **Trahiner**, dari bahasa Latin **Trahere** yang mempunyai arti **Tarik-menarik**.

Dunia transportasi kereta api memiliki sejarah yang dimulai dengan penemuan roda seperti alat transportasi lainnya. Awalnya dahulu dikenal sebagai gerbong kereta kuda, lalu kereta kuda dijadikan lebih dari satu gerbong dan dilajukan pada jalur sendiri yang biasa di sebut rel, rel itu sendiri terbuat dari besi. Alat transportasi ini pada awalnya digunakan terutama di wilayah pertambangan untuk membantu pengangkutan hasil tambang. Setelah sekian perkembangan terus terjadi, sampai pada saat Nicolas Cugnot membuat alat transportasi roda tiga yang menggunakan uap sebagai bahan bakarnya. Kuda besi, sebut masyarakat pada saat itu. Perbaikan demi perbaikan dilakukan guna menciptakan lokomotif yang mempunyai tenaga, yang mampu lebih banyak menarik kereta dan lebih efisien.

Sedangkan sejarah perkereta-apian di Indonesia dimulai pada masa penjajahan Belanda, jalur pertama yaitu kereta api Semarang-Vorstenlanden (Solo-Yogyakarta) di Desa Kamijen, pembangunan dilakukan Nederlansch Indische Spoorweg Maatschappij (NISM) yang merupakan perusahaan swasta, dengan menggunakan lebar rel kereta api selebar 1435 mm. Selain itu, pemerintah Hindia Belanda membangun jalur rel kereta api negara pada tanggal 8 April 1875. Jalur pertama meliputi Surabaya-Pasuruan-Malang. Kemudian rel kereta api lain seperti Semarang Joana Stoomtram Maatschappij (SJS), Semarang Cheribon Stoomtram Maatschappij (SCS), Serajoedal Stoomtram Maatschappij (SDS), Maost Java Stoomtram

Maatschappij (OJS), Pasoeroean St Pschappij (Ps)), Kediri Stoomtram Maatschappij (KSM), Probolinggo Stoomtram Maatschappij (Pb.SM), Mojokerto Stoomtram Maatschappij (MSM), Malang Stoomtram Maatschappij (MS), Madoera Stoomtram Maatschappij (Mad.SMSM), Deli Spoorchappij (Mad.SMSM). Selain di Jawa, pembangunan rel kereta api di buat di Aceh (1876), Sumatera Utara (1889), Sumatera Barat (1891), Sumatera Selatan (1914), dan Sulawesi (1922). Untuk di Kalimantan, Bali dan Lombok baru diadakan rencana yang memungkinkan pembuatan rel kereta api. Sampai pada akhir tahun 1928, panjang rel kereta api dan trem di Indonesia mencapai 7.464 km dengan rincian 4.089 km milik pemerintah dan 3.375 km jalur pribadi.

Pada tahun 1942 pemerintah Hindia Belanda menyerah tanpa syarat kepada Jepang. Pada saat itu, angkutan Kereta Api Indonesia diambil alih Jepang dan berganti nama menjadi Rikuyu Sokyuku (Jasa Kereta Api). Pada masa pemerintahan Jepang, kegiatan operasional kereta api hanya digunakan untuk keperluan perang. Salah satu perkembangan dalam masa pemerintahan Jepang adalah pengangkutan hasil tambang batu bara untuk menjalankan mesin perang yang melintasi jalur Saketi-Bayah dan Muaro-Pekanbaru. Namun, Jepang juga membongkar rel kereta api sepanjang 473 km. Setelah Indonesia memproklamasikan kemerdekaan pada 17 Agustus 1945, beberapa hari setelahnya Indonesia mengambil alih stasiun kereta api dan markas yang sebelumnya dikuasai oleh negara Jepang. Puncaknya, Indonesia mengambil alih Markas Kereta Api Bandung pada tanggal 28 September 1945 (yang sekarang diperingati sebagai Hari Kereta Api Indonesia). Hal ini sekaligus menandai

berdirinya Kantor Pelayanan Perkeretaapian Republik Indonesia (DKARI). Ketika Belanda kembali ke Indonesia pada tahun 1946, Belanda mendirikan kembali perkeretaapian di Indonesia yang bernama Staats Sporwegen / Verenigde Spoorwegbedrijf (SS / VS), gabungan dari SS dan semua perusahaan kereta api swasta (kecuali DSM).

Berdasarkan Konferensi Meja Bundar (KMB) pada bulan Desember 1949, aset pemerintah Hindia Belanda diambil alih. Pengalihan tersebut dalam bentuk penggabungan antara DKARI dan SS / VS menjadi Biro Perkeretaapian (DKA) pada tahun 1950. Pada tanggal 25 Mei, DKA diubah menjadi Perusahaan Kereta Api Negara (PNKA). Pada tahun tersebut juga diperkenalkan lambang Wahana Daya Pertiwi yang mencerminkan transformasi Perkeretaapian Indonesia sebagai transportasi andalan untuk mewujudkan kesejahteraan rakyat Indonesia. Selanjutnya, pemerintah mengubah struktur PNKA menjadi Perusahaan Biro Kereta Api (PJKA) pada tahun 1971. Dalam rangka meningkatkan pelayanan angkutan, PJKA berubah bentuk menjadi Perusahaan Umum Perkeretaapian (Perumka) pada tahun 1991. Perumka berubah menjadi Perseroan Terbatas. PT. Kereta Api (Persero) 1998. Pada tahun 2011 nama perusahaan adalah PT. Kereta Api (Persero) berubah menjadi PT. Kereta Api Indonesia (Persero).

PT. Kereta Api Indonesia (Persero) merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak dibidang jasa dan menawarkan produk utama berupa pelayanan layaknya perusahaan jasa lain. PT. Kereta Api Indonesia (Persero) berusaha meningkatkan kualitas pelayanan sesuai dengan permintaan yang diinginkan

konsumen dan dapat bersaing dengan perusahaan jasa lain. (Menurut Tjiptono, 2001) kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang memenuhi atau melebihi harapan dan berpengaruh pada manusia, lingkungan, proses, produk, dan jasa. Jadi dapat diartikan kualitas pelayanan merupakan ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen dan upaya dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen. Kualitas pelayanan bisa diukur dengan cara membandingkan pelayanan nyata yang konsumen terima dari suatu perusahaan dengan pelayanan yang sesungguhnya konsumen persepsikan terhadap atribut pelayanan suatu perusahaan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan bisa dikatakan sangat baik. Jika jasa yang diterima konsumen sesuai dengan apa yang mereka harapkan, maka kualitas pelayanan bisa dikatakan baik. Sedangkan, jika jasa yang diterima lebih rendah dari apa yang konsumen harapkan, maka kualitas pelayanan dapat dikatakan buruk.

Menurut (Kotler, 2002) pelayanan merupakan tindakan yang bisa ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat disangkutkan atau tidak disangkutkan pada produk fisik. Pelayanan merupakan tindakan produsen dalam rangka memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen agar keinginan konsumen bisa tercapai. Kotler mengatakan bahwa perilaku tersebut dapat terjadi pada sebelum transaksi, saat sedang terjadi transaksi, ataupun sesudah transaksi terjadi. Pada umumnya pelayanan yang mempunyai tingkat taraf yang tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta frekuensi pembelian yang lebih sering. Kualitas mempunyai banyak pengertian dan

makna, setiap orang akan memberi arti berbeda-beda tetapi dari beberapa pengertian yang dapat kita jumpai memiliki beberapa inti walaupun cara penyampaiannya berbeda-beda, dan terdapat elemen-elemen sebagai berikut:

1. Kualitas meliputi usaha melebihi keinginan konsumen atau hanya sekedar memenuhi keinginan konsumen.
2. Kualitas mencakup produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan.
3. Kualitas merupakan sebuah kondisi yang tidak konstan dan selalu berubah.

Dari sekian banyak pengertian kualitas pelayanan diatas, dapat disimpulkan bahwa segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan para konsumen merupakan kualitas pelayanan. Pemilik jasa menyampaikan jasa kepada konsumen yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan segala perilaku, sikap dan sifat yang baik dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen merupakan arti dari pelayanan. Kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata mereka terima dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan terhadap atribut pelayanan suatu perusahaan. Hubungan antara produsen dan konsumen menjangkau jauh melebihi dari waktu pembelian ke pelayanan purna jual, melampaui masa kepemilikan produk. Perusahaan menganggap konsumen sebagai raja yang harus dilayani dengan baik, mengingat konsumen itu sendiri akan

memberikan keuntungan kepada perusahaan agar perusahaan dapat terus bertahan dan berkompetitif dengan perusahaan lain di era globalisasi sekarang ini.

PT. Kereta Api Indonesia (Persero) merupakan perusahaan jasa transportasi darat yang paling banyak diminati oleh konsumen dikarenakan jalur yang digunakan menggunakan rel kereta api (mempunyai jalur sendiri) yang dapat mempersingkat waktu dalam perjalanan untuk mencapai tujuan dari setiap konsumennya, jaminan keselamatan dari kereta api yang termasuk menjamin para konsumennya dikarenakan mempunyai jalur sendiri, tidak terganggu oleh kendaraan-kendaraan transportasi darat yang lainnya, dan mempunyai kenyamanan tersendiri bagi konsumen yang sering bahkan selalu memakai jasa PT. Kereta Api Indonesia untuk melakukan mobilitas. Seiring berkembangnya zaman PT. Kereta Api Indonesia menyediakan beberapa subkelas di tahun 2019 untuk dijadikan pilihan oleh penumpang untuk digunakan. Subkelas PT. Kereta Api Indonesia antara lain:

1. Ekonomi. Dilengkapi 106 kapasitas kursi, subkelas ini menjadi sektor terbanyak yang dipunyai PT. Kereta Api Indonesia. Bangku tempat duduk memanjang menyatu dengan penumpang lain dan berhadapan, stop kontak untuk mengisi daya ponsel atau alat elektronik. Bangku tegak dilengkapi dengan busa yang tidak begitu tebal. Kereta ekonomi umumnya memiliki stasiun berbeda dengan subkelas lain.
2. Ekonomi Premium. Perbedaannya tidak terlalu signifikan dengan subkelas ekonomi. Namun, kapasitas yang hanya mencapai 80 penumpang membuat ruang



kaki yang lebih luas untuk para penumpang. Bangku dapat direbahkan. Stop kontak dan AC tersedia.

3. **Bisnis.** Kelas bisnis memiliki bangku individu. Satu penumpang mendapat jatah satu bangku yang dilengkapi dengan pembatas bangku untuk merebahkan lengan. Satu bangku disusun dalam dua baris. Kapasitas 64 bangku. Bangku dapat diputar. Stop kontak dan AC tersedia.
4. **Eksekutif.** Perbedaan tidak terlalu jauh dengan sub-kelas bisnis. Tapi, kapasitasnya yang terbagi menjadi 50 bangku membuat area yang jauh lebih lapang dari bisnis. Bedanya lagi kursi bukan hanya bisa diputar, kursi dapat direbahkan hingga 50 derajat. Kelas eksekutif juga dilengkapi bantal, selimut, colokan listrik, televisi per kereta, dan AC. Waktu tempuh jauh lebih cepat dari ekonomi karena hanya turun di stasiun tertentu.
5. **Sleeper.** Subkelas ini merupakan subkelas paling lengkap yang disediakan dari PT. Kereta Api Indonesia. Perbedaan paling signifikan dari bentuk bangku, menyerupai kelas bisnis bangku pesawat. Bangku memiliki partisi dan dapat direbahkan sampai sudut 150 derajat dengan tombol otomatis. Subkelas ini dibagi menjadi dua: Luxury 1 dan Luxury 2. Untuk Luxury 1, sub sektor ini memiliki kapasitas 18 orang yang dilengkapi dengan fasilitas bangku yang dapat direbahkan hingga 170 derajat dengan tombol otomatis. Selain itu, tersedia *Advertisement Based Video on Demand (AVOD)*. USB Port universal tersedia untuk mengisi daya ponsel. Untuk Luxury 2, subsektor ini memiliki kapasitas 26

orang yang dilengkapi dengan fasilitas bangku yang dapat direbahkan hingga 145 derajat dengan tombol otomatis. Fasilitas yang disediakan seperti Luxury 1.

Setiap masing-masing subkelas yang disediakan PT. Kereta Api Indonesia mempunyai beberapa kereta berdasarkan destinasi tujuan dari kereta. Penelitian ini berfokus pada kereta api eksekutif Ranggajati yang merupakan transportasi milik PT. Kereta Api Indonesia di Jawa yang mulai beroperasi pada tanggal 1 November 2016. Kereta api Ranggajati dijalankan dalam rangka membantu kereta api Logawa di bagian ekonomi dan menyebabkan perubahan jadwal pada kereta api Logawa per 1 November 2016. Nama kereta api Ranggajati diambil dari nama seorang tokoh daerah Cirebon, Ki Gede Ranggajati merupakan tokoh yang menyebarkan agama Islam pada masanya. Kereta api Ranggajati mempunyai destinasi dari Cirebon ke Jember. Jam keberangkatan kereta api Ranggajati pukul 05.00 WIB, jam sampai tujuan pukul 20.10 WIB. Kereta api Ranggajati mempunyai jarak tempuh 801 km, waktu tempuh rata-rata 15 jam, dan memiliki kapasitas tempat duduk sebanyak 194 tempat duduk.

Dalam mengevaluasi kualitas pelayanan Kereta Api Ranggajati. Penelitian ini menggunakan metode yang telah dikenal yaitu *Importance-Performance Analysis* yang dikemukakan oleh Parasuraman bersama koleganya yang berasal dari USA, yang menemukan lima dimensi dari kualitas pelayanan yaitu (1) Tangibel, penampilan dari fasilitas fisik, perlengkapan petugas, dan komunikasi petugas. (2) Reliabilitas, kemampuan untuk menghasilkan pelayanan yang dijanjikan yang handal dan akurat. (3) Responsif, kerelaan petugas untuk membantu pelanggan dan

memberikan layanan yang cepat. (4) Asuransi, jaminan atas perilaku petugas kepada pelanggan, dan keamanan. (5) Empati, kemudahan dalam melakukan hubungan antar pelanggan dengan petugas. Digunakan sebagai dasar instrument pengukuran kualitas pelayanan, Kualitas Pelayanan (Parasuraman *et al.*, 1988; Zeithaml *et al.*, 1990).

Berdasarkan penjelasan yang terdapat di atas, peneliti sekaligus penulis tertarik untuk meneliti tingkat kinerja yang terjadi pada kereta api Ranggajati yang berjudul “**Evaluasi Kualitas Pelayanan Transportasi Kereta Api Ranggajati dengan Metode *Importance-Performance Analysis***”.

## **1.2 Rumusan Masalah Penelitian**

Rumusan masalah penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana evaluasi tingkat kinerja (*Performance*) kualitas pelayanan kereta api Ranggajati?
2. Bagaimana evaluasi tingkat kepentingan (*Importance*) kualitas pelayanan kereta api Ranggajati?
3. Bagaimana tingkat kesesuaian antara kinerja PT.KAI khususnya Kereta Api Ranggajati dengan kepentingan penumpang Kereta Api Ranggajati?
4. Apakah ada dimensi yang perlu ditingkatkan agar kualitas pelayanan semakin maksimal?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui evaluasi kualitas pelayanan kereta api Ranggajati.
2. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan kereta api Ranggajati sudah maksimal.
3. Untuk mengetahui bahwa kualitas pelayanan kereta api Ranggajati sudah dapat memuaskan pelanggan.
4. Untuk mengetahui dimensi yang perlu ditingkatkan agar kualitas pelayanan kereta api Ranggajati semakin maksimal.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian ini adalah:

1. Teoritis

Bagi penulis sekaligus peneliti. Dengan adanya penelitian ini penulis dapat mendapatkan ilmu/pengetahuan yang bersifat teoritis dan pengalaman praktis di dunia perbisnisan nyata.

2. Praktis

- a. Perusahaan

Pertimbangan dapat dilakukan oleh PT. Kereta Api Indonesia untuk menjadikan penelitian ini sebagai sumber informasi khususnya kereta api eksekutif Ranggajati untuk menentukan strategi meningkatkan kualitas pelayanan terhadap pelanggan, untuk tetap dapat bersaing dengan transportasi darat lain di era globalisasi ini.

- b. Pihak lain

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian yang sama di masa yang akan datang.



## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Landasan Teori**

##### **2.1.1 Manajemen Operasional Perusahaan Jasa**

Stevenson (2011) operasi adalah kegiatan dari sebuah perusahaan yang memproduksi barang ataupun jasa. Barang merupakan perlengkapan fisik yang meliputi bahan baku, suku cadang, contoh seperti *motherboard* yang merupakan bagian perangkat keras dari komputer. Sedangkan pelayanan atau jasa merupakan kegiatan yang memberikan kombinasi psikologis, lokasi, dan nilai dari waktu dari perusahaan yang menghasilkan jasa. Untuk pengertian dari manajemen operasi merupakan sistem atau proses manajemen yang menghasilkan barang atau menyediakan jasa. Pendapat lain dari (Daft, 2012) dalam bukunya "*New Era of Management*", manajemen operasi merupakan bidang manajemen yang berfokus pada produksi barang atau jasa dengan menggunakan alat dan teknik tertentu untuk menyelesaikan masalah produksi.

Dalam suatu organisasi bisnis diperlukan 3 (tiga) fungsi dasar untuk dijalankan yaitu keuangan, pemasaran / pemasaran, operasional, sebagaimana diketahui dari pernyataan sebelumnya bahwa fungsi menghasilkan suatu produk dapat berupa jasa atau barang, tetapi tetap membutuhkan bantuan dari fungsi organisasi. fungsi lainnya seperti fungsi keuangan untuk pendanaan dan analisis investasi, atau pemasaran untuk menilai kebutuhan pelanggan (Heizer & Barry, 2011).

Tujuan dan fungsi penerapan ilmu manajemen operasi antara lain:

1. Permintaan yang timbul karena pemasaran produk, setidaknya terjadi pemesanan barang (tidak ada aktivitas, jika tidak ada penjualan)
2. Kegiatan (operasi) yang menghasilkan suatu produk.
3. Kesehatan perusahaan yang dipantau dari segi keuangan perusahaan, membayar tagihan perusahaan, dan mengumpulkan uang perusahaan.

Manajemen yang efektif dan efisien perlu dilakukan oleh perusahaan yang sedang menjalankan kinerjanya untuk melakukan pengambilan keputusan dalam upaya perusahaan dalam menerapkan pengaturan dan mengoordinasikan penggunaan sumber daya yang ada di perusahaan dari kegiatan kinerja yang disebut dengan manajemen kinerja atau manajemen operasi. Melalui kegiatan kinerja perusahaan, semua sumber daya disatukan guna dapat menghasilkan output yang mempunyai nilai lebih. Produk yang dihasilkan oleh operasional perusahaan dapat berupa barang atau jasa. Kegiatan operasional perusahaan merupakan sebuah kesatuan kegiatan yang meliputi koordinasi berbagai kegiatan dengan pelaksanaan fungsi manajemen untuk mencapai tujuan operasional perusahaan, dan merupakan sebuah kegiatan yang bersifat teknis untuk menghasilkan suatu produk atau jasa yang memenuhi kriteria yang diinginkan. Kegiatan mengolah sumber daya (*input*), melalui proses transformasi tertentu, menjadi barang atau jasa (*output*) yang dilakukan dengan bantuan orang lain, sehingga diperlukan kegiatan pengelolaan (Yamit, 2001).

Kegiatan pengelolaan ini diperlukan untuk mengoordinasikan dan mengatur semua baik manusia, mesin, uang, manajemen, metode, dan pasar yang merupakan

faktor-faktor kinerja. Semuanya dapat meningkatkan penggunaan barang dan jasa secara efektif dan efisien, saling mempunyai keterkaitan satu sama lain serta dapat mengantisipasi kebutuhan konsumen di masa yang akan datang dan perkembangan teknologi. Dikarenakan hal tersebut semua pihak yang terlibat langsung dalam kegiatan proses kinerja perlu memiliki pengetahuan yang baik tentang manajemen operasi. Kegiatan manajemen operasi tidak hanya mencakup perusahaan yang memproduksi berbagai barang, tetapi juga kinerja jasa. Perusahaan yang tidak menghasilkan produk (barang) riil juga banyak perusahaan yang memberikan jasa di bidang jasa, seperti transportasi, asuransi, perbankan hotel, dan lain sebagainya.

Manajemen kinerja yang sebelumnya banyak digunakan dipandang belum mencakup seluruh sistem kegiatan produktif perekonomian Indonesia. Karena terkadang ada yang mengartikan kinerja hanya kegiatan menghasilkan barang (produk) dan ada juga yang beranggapan bahwa kinerja hanyalah suatu kegiatan yang menghasilkan barang (produk) sebagai upaya untuk mencari keuntungan. Hal ini merupakan asumsi yang kurang luas, dikarenakan kinerja (pengelolaan) juga dapat menghasilkan jasa, tidak hanya menghasilkan suatu barang, dan tidak hanya dilakukan untuk mencari keuntungan. Dikarenakan hal tersebut, perlu cakupan yang lebih luas dan lebih tepat yaitu manajemen operasi. Menurut (Resohadiprodjo & Indriyo, 2008) pengertian manajemen operasi merupakan semua usaha yang mengoordinasikan dan memanfaatkan segala faktor kinerja seperti informasi, modal, energi, bahan baku, dan tenaga kerja yang dipunyai oleh perusahaan. Manajemen operasi merupakan rangkaian kegiatan yang menghasilkan nilai berupa barang dan



jasa dengan mengubah input menjadi output. Aktivitas yang menghasilkan barang dan jasa dan jasa terjadi di semua organisasi atau perusahaan. Sedangkan menurut Fogarty yang dikutip oleh Hery Prasetya dan Fitri Lukiastuti, manajemen operasi merupakan proses yang berkesinambungan (kontinyu) dan secara efektif menggunakan fungsi manajemen untuk mengintegrasikan berbagai sumber daya secara efisien untuk mencapai tujuan (Prasetya & Fitri, 2009). Untuk dapat mencapai dan mempertahankan keunggulan kompetitif antar perusahaan bukanlah tugas yang mudah. (Heizer & Barry, 2011) terdapat tiga strategi agar perusahaan mencapai keunggulan kompetitif:

1. Diferensiasi, yang dilakukan guna untuk membedakan suatu produk atau jasa dari perusahaan lain agar konsumen dapat melihatnya sebagai nilai tambah produk atau jasa. Diferensiasi berkaitan dengan memberikan keunikan atau kesan tertentu yang sulit untuk ditiru oleh perusahaan lain.
2. Dibutuhkan biaya yang rendah untuk mencapai nilai yang maksimal seperti yang konsumen inginkan. Perusahaan menyediakan produk atau layanan dengan biaya lebih rendah dan menjualnya dengan harga yang lebih rendah dari pesaing lain.
3. Respons merupakan keseluruhan nilai yang berkaitan dengan ketepatan waktu pengiriman dan pengembangan dari suatu produk.

### 2.1.2 Kinerja Pelayanan Sektor Publik

Pelayanan publik dapat diartikan sebagai segala bentuk pelayanan, baik berupa barang publik maupun pelayanan publik yang pada prinsipnya menjadi tanggung jawab dan dilaksanakan dalam upaya memenuhi kebutuhan masyarakat dan dalam rangka melaksanakan ketentuan Hukum dan regulasi. Baik organisasi publik maupun swasta menyediakan layanan publik guna untuk memenuhi kebutuhan komunitas. Pengertian pelayanan publik adalah bentuk pelayanan, baik berupa barang publik maupun pelayanan publik yang pada prinsipnya menjadi tanggung jawab dan dilaksanakan dalam upaya memenuhi kebutuhan masyarakat dan dalam rangka pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan, regulasi (Ratminto & Winarsih dalam Hardiyansyah, 2011). Dalam penyelenggaraan pelayanan publik dapat dilakukan kerja sama dengan beberapa organisasi publik lainnya. Kerja sama ini merupakan kesepakatan antar pemerintah. Menurut (Suwitri Sri et al., 2005) perjanjian antar pemerintah, layanan ini dilakukan dengan ketentuan bahwa organisasi pemerintah yang mempunyai kewenangan untuk mengatur dan memproduksi barang jasa tersebut dapat menunjukkan atau menyerahkan kepada organisasi pemerintah lainnya, baik untuk pelaksanaannya maupun untuk penyediaan atau produksi layanan. Dalam penyelenggaraan pelayanan publik mungkin terdapat kendala yang dapat menjadi faktor kegagalan pelayanan publik. Pelayanan yang tidak dapat memberikan hasil yang sesuai dengan harapan masyarakat dan di mata pengguna pelayanan tersebut kurang baik disebut pelayanan yang gagal. (Moenir,

2010) terdapat beberapa faktor yang menyebabkan pelayanan publik tidak memadai seperti:

- A. Kurangnya kesadaran akan kewajiban yang menjadi tanggung jawab mereka. Hasilnya, mereka melayani dan bekerja sesuka hati.
- B. Cara kerja, sistem dan prosedur yang terdapat dalam perusahaan kurang sesuai, hal itu menyebabkan kegiatan kerja tidak berjalan dengan baik dan tidak sesuai dengan apa yang diharapkan.
- C. Belum terjadinya keselarasan antar karyawan yang mempunyai tugas memberikan pelayanan dalam perusahaan, hal itu mengakibatkan miskomunikasi dalam melaksanakan penanganan tugas, sehingga terjadi penumpukan, dan tugas dapat menjadi berantakan tidak ada yang menangani.
- D. Penghasilan karyawan minim dan tidak bisa memenuhi kebutuhan hidup.
- E. Kurangnya kemampuan karyawan di dalam bidang mereka. Sehingga mengakibatkan standar yang ditentukan tidak terpenuhi.
- F. Fasilitas kurang memadai.

### **2.1.3 Dimensi Pelayanan Jasa**

Menurut Parasuraman et al., (Tjiptono, 2008) terdapat lima dimensi yang dapat digunakan untuk mengukur pelayanan, yaitu:

1. Reliabilitas (*reliability*), yaitu seberapa mampu perusahaan memberi pelayanan kepada konsumen secara tepat dengan apa yang dijanjikan oleh perusahaan itu sendiri secara akurat dan terpercaya.

2. Daya tanggap (*responsiveness*), merupakan kebijakan yang ditujukan untuk memberi dan membantu konsumen dengan pelayanan yang tanggap (*responsive*) dan akurat dengan menyampaikan informasi yang jelas.
3. Jaminan (*Assurance*), merupakan segala kemampuan, pengetahuan, dan kesopanan karyawan/petugas perusahaan yang dilakukan agar mendapatkan kepercayaan konsumen pada perusahaan.
4. Empati (*Empathy*), karyawan/petugas memberi perhatian yang tulus secara individu maupun personal dengan berusaha memahami dan memenuhi keinginan konsumen.
5. Bukti fisik (*Tangibles*), perusahaan mampu untuk menunjukkan keberadaan kepada perusahaan lain/pesaing. Segala bukti fisik yang ditunjukkan oleh penyedia jasa seperti sarana dan prasarana perusahaan dan dapat diandalkan merupakan suatu bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.

Apabila pelayanan yang diterima konsumen sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen itu sendiri, maka pelayanan jasa dapat dianggap baik dan memuaskan. Dan apabila jasa yang diterima melebihi dari apa yang diharapkan oleh konsumen, maka pelayanan jasa dianggap sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya, jika jasa yang diterima konsumen lebih rendah dari apa yang diharapkan oleh konsumen itu sendiri, maka pelayanan jasa dianggap buruk. Dengan demikian, baik buruknya pelayanan jasa tergantung pada penyedia jasa dalam memenuhi harapan konsumen secara konstan.

(Tjiptono, 2008) 3 (tiga) komponen utama kualitas total suatu jasa yaitu:

- a. Kualitas Tehnik (*Technical Quality*), mencakup sekitar bagaimana konsumen menilai kualitas dari produk atau jasa (output). Menurut Parasunarma, terdapat 3 (tiga) rincian *technical quality*:
  1. Pencarian Kualitas (*Search Quality*) merupakan keadaan dimana konsumen dapat mengevaluasi kualitas sebelum membeli. Contoh: Harga.
  2. Pengalaman Kualitas (*Experience Quality*) merupakan keadaan dimana konsumen dapat mengevaluasi kualitas setelah membeli atau menggunakan jasa. Contoh: Hasil yang rapi, pelayanan yang cepat, ketepatan waktu, dan lain-lain.
  3. Kepercayaan Kualitas (*Credence Quality*) merupakan keadaan dimana konsumen sulit mengevaluasi kualitas walaupun sudah menggunakan suatu jasa. Contoh: Kualitas suatu operasi.
- b. Kualitas Fungsi (*Functional Quality*), merupakan penyampaian suatu jasa dengan komponen terkait.
- c. Citra Perusahaan (*Corporate Image*), merupakan reputasi suatu perusahaan, daya tarik suatu perusahaan, dan profile suatu perusahaan.

#### **2.1.4 Customer Satisfaction (Kepuasan Pelanggan)**

Merupakan sebuah hal yang wajar apabila setiap perusahaan menawarkan ataupun memasarkan suatu produk ke konsumen, baik berupa barang maupun jasa, perusahaan selalu ingin konsumen merasa puas dengan barang atau jasa yang

ditawarkan. Gaspersz (2001) menyatakan bahwa konsumen adalah orang yang menuntut perusahaan untuk memenuhi standar kualitas tertentu dari barang atau jasa yang dihasilkan. Karena akan berdampak pada kinerja perusahaan. (Kotler & Kevin, 2009) menyatakan setelah membandingkan hasil yang dirasakan dengan harapan, kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan seseorang. Tujuan dari perusahaan yang berkomitmen terhadap kualitas, yaitu kepuasan konsumen yang dicapai dari produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Diperlukan upaya dalam cara memperoleh informasi tentang kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen akan produk dan jasa tertentu. Informasi itu sendiri dijadikan dasar untuk perusahaan dalam menciptakan suatu produk yang berkualitas. Produk yang berkualitas dengan harga murah akan membuat konsumen tertarik dan nantinya dapat menambah frekuensi penjualan serta meningkatkan kualitas yang dipersepsikan oleh konsumen. (Tjiptono, 2008) menyatakan bahwa kepuasan dan ketidakpuasan merupakan respons konsumen terhadap evaluasi ketidakpuasan dan apa yang dirasakan antara ekspektasi dengan produk yang dirasakan setelah digunakan. (Tjiptono, 2008) ada 4 (empat) metode untuk mengukur kepuasan pelanggan:

a. Sistem saran dan keluhan

Orientasi perusahaan pada pelanggan perlu memberikan kesempatan untuk para pelanggan agar dapat menyampaikan saran, keluhan ataupun pendapat mereka. Media yang biasa digunakan yaitu kotak saran, biasanya diletakkan pada lokasi strategis yang mudah untuk dilihat dan dijangkau oleh konsumen. Informasi yang

didapat memberikan ide-ide dan masukan kepada perusahaan dan memberikan peluang bagi perusahaan agar cepat dan tanggap dalam mengatasi masalah-masalah yang ada.

*b. Ghost Shopping*

Merupakan upaya perusahaan untuk mengetahui kinerja dari sumber daya manusia dalam melaksanakan kegiatan pekerjaan dan pelayanan terhadap konsumen. Dilakukan dengan cara membayar seseorang untuk berpura-pura menjadi seorang pembeli. Orang yang dibayar memperhatikan, menilai setiap kegiatan maupun pelayanan yang dilakukan karyawan terhadap dirinya, lalu melaporkan semuanya ke manajemen berdasarkan dengan apa yang terjadi sewaktu melakukan kegiatan *ghost shopping* tersebut secara nyata.

*c. Analisis konsumen yang hilang (Lost Customer Analysis)*

Adanya upaya yang dilakukan perusahaan untuk menghubungi para konsumen yang sudah tidak menggunakan atau yang telah beralih ke perusahaan lain. Hal yang diharapkan adalah akan mendapatkan informasi sebab terjadinya hal tersebut, informasi ini sangat berguna bagi perusahaan untuk mengambil langkah selanjutnya bagi kelangsungan perusahaan.

*d. Survei kepuasan konsumen*

Perusahaan membuat survei penelitian terhadap para konsumen, melalui survei penelitian perusahaan mendapat saran dan *feedback* terkait pelayanan yang

diberikan oleh perusahaan, perusahaan nantinya dapat berbenah apabila ada ketidakpuasan yang dialami oleh konsumen.

### **2.1.5 Importance-Performance Analysis**

Metode yang dikenal dengan *Importance Performance Analysis* telah digunakan dalam berbagai penelitian karena telah diterapkan dan menampilkan hasil analisis yang memfasilitasi peningkatan kinerja. *Importance Performance Analysis* berguna untuk memperlihatkan informasi faktor-faktor pelayanan yang menurut konsumen sangat memengaruhi kepuasan, loyalitas, dan faktor-faktor yang perlu ditingkatkan dikarenakan kondisi yang kurang memuaskan. *Importance Performance Analysis* menyatukan pengukuran kesesuaian tingkat kepuasan dan kepentingan dalam grafik dua dimensi. Terdapat dua variabel yaitu X dan Y di dalam penelitian ini, dimana X adalah skor untuk menilai seberapa puas konsumen dengan kinerja perusahaan dan Y adalah skor untuk menilai kepentingan konsumen. Apabila X (kinerja) lebih kecil daripada Y (kepentingan), konsumen dinilai tidak puas dengan kinerja perusahaan, akan tetapi jika X (kinerja) lebih besar atau sama dengan Y (kepentingan) maka konsumen dinilai puas dengan kinerja perusahaan.

Dibawah ini merupakan beberapa pendapat tentang strategi, yang pertama (Rangkuti, 2009) yang mengartikan bahwa strategi merupakan sarana untuk mencapai tujuan. Tujuan utama dari yaitu agar perusahaan mampu secara obyektif melihat kondisi eksternal maupun kondisi internal dari perusahaan itu sendiri, sehingga nantinya mampu mengantisipasi perubahan dalam faktor lingkungan. Fungsi



manajemen, konsumen, distributor, dan pesaing dapat dibedakan dengan jelas di dalam hal ini. Rencana strategi penting dilakukan dalam rangka mendapatkan keunggulan dalam bersaing dan memproduksi produk yang sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen dan tentunya dengan dukungan maksimal dari sumber daya yang ada. Agar dapat mengetahui konsep perencanaan strategis, kita dapat mempelajari pemahaman konseptual tentang strategi.

Terdapat 5 (lima) konsep strategi yang saling berkaitan menurut (Mintzberg, 2007):

1. Dalam rangka mewujudkan tujuan jangka panjang, perusahaan perlu rencana yang jelas untuk menentukan arah perusahaan secara rasional.
2. Perusahaan mengambil tindakan dan perilaku konsistensi atau inkonsistensi yang berkaitan dengan referensi.
3. Aktivitas dari bagian perusahaan yang ditingkatkan.
4. Kegiatan yang dibatasi faktor perspektif visi yang terintegrasi antara organisasi dan lingkungan.
5. Perusahaan menggunakan langkah taktis terperinci yang berisi informasi supaya pesaing dapat terkelabui.

Strategi yang digunakan untuk memberikan kualitas pelayanan yang baik kepada pelanggan merupakan strategi pelayanan. Penentuan sistem pelayanan meliputi strategi yang diterapkan, dimana pelanggan dapat mengalami pelayanan secara langsung, sehingga takkan ada pemutar balikkan terkait kepuasan yang akan diterima

konsumen. Sedangkan secara khusus, terikat pelanggan merasakan manfaat pelayanan maka akan berpengaruh signifikan terhadap semua pihak yang memberikan pelayanan. Pengaplikasian *Importance Performance Analysis* mengacu empat kuadran yang memuat 4 (empat) kemungkinan aspek-aspek yang diteliti, antara lain:

- a. **Abaikan** terdapat pada Kuadran A: Antara kinerja dan kepentingan mempunyai skor yang sama-sama rendah. Aspek yang ada di dalam grup ini bisa diabaikan dalam manajemen perusahaan di masa mendatang.
- b. **Prioritas** terdapat pada Kuadran B: Dalam tingkat kinerja memiliki skor yang tinggi, tetapi dalam hal kepentingan mempunyai skor yang rendah. Hal tersebut menunjukkan ketidakpuasan pelanggan.
- c. **Pertahankan** terdapat pada Kuadran C: Memiliki skor tinggi dalam hal kepentingan dan kinerja. Aspek dalam kategori ini merupakan aspek ideal, karena menunjukkan bahwa organisasi memiliki keunggulan di bidang yang dianggap penting oleh pelanggan.
- d. **Berlebihan** terdapat pada Kuadran D: Skor kinerja rendah akan tetapi skor kepentingan mempunyai skor yang tinggi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa organisasi terlalu fokus pada aspek-aspek yang berdampak kecil terhadap kepuasan pelanggan, sehingga sumber daya awalnya dialokasikan pada aspek lain yang memiliki skor kepentingan tinggi tetapi kinerja rendah.

Strategi yang akan dilakukan pada empat kuadran, dan penerapan *Importance Performance Analysis* (Rangkuti, 2009):

- a. Kuadran I, merupakan area yang berisi faktor yang disangka penting oleh pelanggan dan faktor-faktor yang dianggap pelanggan sesuai dengan apa yang mereka rasakan sehingga tingkat kepuasannya relatif lebih tinggi. Variabel yang masuk kuadran ini harus dipertahankan karena semua variabel tersebut menjadikan produk / jasa unggul di mata pelanggan.
- b. Kuadran II, merupakan area yang mengandung faktor yang dianggap kurang penting oleh konsumen dan dianggap terlalu berlebihan. Variabel yang masuk di dalam kuadran ini dapat menghemat biaya perusahaan dengan mengurangi variabel yang ada di dalam kuadran ini.
- c. Kuadran III, ini merupakan area yang mengandung faktor yang dianggap kurang penting dan ternyata kinerjanya tidak terlalu istimewa. Peningkatan variabel yang termasuk dalam kuadran ini dapat dipertimbangkan kembali karena pengaruhnya terhadap manfaat yang dirasakan pelanggan sangat kecil.
- d. Kuadran IV, merupakan area yang mengandung faktor yang disangka penting oleh pelanggan, namun ternyata faktor-faktor tersebut belum sesuai dengan yang diharapkan (tingkat kepuasan yang diperoleh masih rendah). Variabel yang masuk kuadran ini harus ditambah. Caranya, perusahaan terus melakukan perbaikan, sehingga variabel kinerja di kuadran ini meningkat.

## 1. Penelitian Terdahulu

Lwesya Francis dan Jaffu Richard (2017) mengevaluasi kualitas pelayanan transportasi publik di Tanzania. Penelitian tersebut menggunakan metode deskriptif dan Analisa regresi yang bertujuan untuk menguji kepuasan atau ketidakpuasan layanan pelanggan dan untuk menilai sistem kualitas manajemen. Penelitian tersebut mengungkapkan bahwa ekspektasi pelanggan terhadap kualitas layanan, diprediksi secara akurat oleh organisasi manajemen di sepanjang masing-masing dimensi kualitas layanan, kecuali dimensi reliabilitas. Itu adalah kemampuan untuk melakukan layanan yang dijanjikan secara andal dan akurat. Sebagai hasil dari standar kualitas spesifikasi manajemen yang jatuh dari ekspektasi pelanggan dan menyebabkan kekurangan kualitas pelayanan.

Yanbing Fu, Laura Eboli, Gabriella Mazzulla, Yumng Zhang (2016) mengevaluasi kualitas pelayanan transportasi di Itali bagian Utara. Penelitian tersebut menggunakan metode kualifikasi dan analisa regresi. Penelitian ini menganalisa hubungan dari kualitas pelayanan, komplain penumpang, dan loyalitas penumpang berdasarkan model struktur persamaan. Dimana operator kereta api harus mengetahui apakah penumpang puas dengan kualitas atribut pelayanan utama, dan kemudian dapat meningkatkan layanan, dan meningkatkan tingkat kepuasan penumpang. Di jurnal ini membuat model penilaian penjabaran multilevel untuk menilai layanan kereta api dan menerapkan metodologi untuk beberapa data eksperimental yang diperoleh melalui investigasi. Data yang tertera menunjukkan bahwa model yang diusulkan sangat

berguna. Tingkat korelasi sepenuhnya dapat mencerminkan jarak antara kualitas layanan kereta api secara keseluruhan atau satu jenis atribut layanan kereta api secara individual dan secara tingkat penilaian.

Muhammad Kamal Uddin, Mallika De (2014) kualitas pelayanan dari jalur kereta api di Bangladesh seperti yang dirasakan oleh penumpang. Penelitian tersebut menggunakan metode kuantitatif. Penelitian ini menganalisa kualitas pelayanan stasiun kereta api di Bangladesh dan untuk memastikan kepuasan pelanggan yang pelanggan yang memakai transportasi kereta api. Penelitian ini mengungkapkan bahwa penumpang menghadapi banyak masalah, terutama saat mereka pergi membeli tiket kereta api. Masalah yang paling umum dalam konteks ini termasuk, antrean yang panjang/tidak mendapat tiket walaupun sudah menunggu dalam antrean (85,7%), gagal mendapatkan tiket untuk sub-kelas yang diinginkan (48,1%). Hampir sebagian besar responden (97,0%) melaporkan bahwa mereka harus menunggu lama di stasiun kereta. Hampir sebagian besar responden mengatakan, kondisi toilet di stasiun kereta api atau di dalam kereta api tidak bersih dan peralatan yang disediakan tidak lengkap.

F. Rozaq, D. T. Istiantara (2018) kualitas pelayanan konsumen stasiun Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Penelitian tersebut dibuat untuk mengetahui tingkat kualitas pelayanan pelanggan di Stasiun Lempuyangan Yogyakarta. Penelitian tersebut menyimpulkan kualitas pelayanan pelanggan stasiun kereta api di Yogyakarta berdasarkan dimensi berwujud (tangibel), keandalan (reliabilitas), daya tanggap (responsif), jaminan dan empati

yang dianggap buruk oleh penumpang sebagai konsumen. Nilai-nilai skor kualitas layanan dari yang tertinggi adalah reliabilitas (-0,23), daya tanggap (-0,23), jaminan (-0,31), empati (-0,40), dan berwujud (-0, 41). Kesimpulannya bahwa kualitas layanan pelanggan di stasiun kereta api di Yogyakarta dianggap buruk oleh pelanggan.

Syed Muhammad Irfan, Daisy Mui Hung Kee, Saman Shahba (2012) kualitas pelayanan dan transportasi kereta api di Pakistan di nilai dari perspektif penumpang. Penelitian tersebut menggunakan metode kuantitatif. Penelitian tersebut memeriksa dan menilai kualitas layanan yang diberikan kepada penumpang oleh satu-satunya angkutan umum di negara ini. Untuk mengukur persepsi penumpang tentang kualitas layanan yang diberikan selama perjalanan atau membuat pengaturan perjalanan, instrumen SERVQUAL yang telah dimodifikasi digunakan. Delapan konstruksi kualitas layanan yang terdiri dari 31 variabel digunakan. Analisis statistik penelitian ini memberikan wawasan tentang ketidakpuasan penumpang tentang kualitas layanan sistem transportasi kereta api di Pakistan. Temuan empiris secara keseluruhan dari penelitian tersebut adalah bukti bahwa penumpang merasakan sistem transportasi kereta api, transportasi sektor publik utama, tidak memberikan kualitas layanan yang baik yang dapat memenuhi harapan mereka. Juga terbukti bahwa upaya nyata oleh Kereta Api Pakistan harus dilakukan untuk meningkatkan atau meningkatkan sistem transportasi kereta api. Singkatnya, kualitas layanan transportasi kereta api dianggap sebagai indikator penting yang akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu

No.	Judul	Penulis	Tahun	Metode	Tujuan	Hasil
1.	Customer Service Quality Management in Public Transport: The Case of Rail Transport in Tanzania	Lwesya Francis, Jaffu Richard	2017	Menggunakan metode deskriptif dan analisa regresi.	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji kepuasan atau ketidakpuasan layanan pelanggan dan untuk menilai sistem kualitas manajemen.	Studi ini mengungkapkan bahwa ekspektasi pelanggan terhadap kualitas layanan, diprediksi secara akurat oleh organisasi manajemen di sepanjang masing-masing dimensi kualitas layanan, kecuali dimensi reliabilitas. Itu adalah kemampuan untuk melakukan layanan yang dijanjikan secara andal dan

						akurat. Sebagai hasil dari standar kualitas spesifikasi manajemen yang jatuh dari ekspektasi pelanggan dan menyebabkan kekurangan kualitas pelayanan.
2.	Service Quality in Northern Italy: A multilevel synthetic assessment	Yanbing Fu, Laura Eboli, Gabriella Mazzulla, Yumng Zhang	2016	Metode kualifikasi dan analisa regresi.	Untuk menganalisa hubungan dari kualitas pelayanan, komplain penumpang, dan loyalitas penumpang berdasarkan model struktur persamaan.	Operator kereta api harus mengetahui apakah penumpang puas dengan kualitas atribut pelayanan utama, dan kemudian dapat meningkatkan layanan, dan meningkatkan tingkat kepuasan penumpang. Di



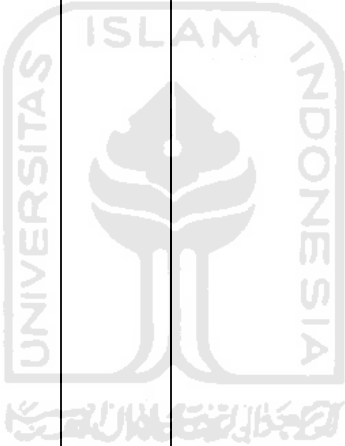
						<p>jurnal ini membuat model penilaian penjabaran multilevel untuk menilai layanan kereta api dan menerapkan metodologi untuk beberapa data eksperimental yang diperoleh melalui investigasi. Data yang tertera menunjukkan bahwa model yang diusulkan sangat berguna. Tingkat korelasi sepenuhnya dapat mencerminkan jarak antara kualitas layanan kereta api</p>
--	--	--	--	--	--	---

						secara keseluruhan atau satu jenis atribut layanan kereta api secara individual dan secara tingkat penilaian.
3.	Service Quality of the Bangladesh Railway as Perceived by the Passengers	Muhammad Kamal Uddin, Mallika De	2014	Metode Kuantitatif	Untuk menganalisa kualitas pelayanan stasiun kereta api di Bangladesh and untuk memastikan kepuasan pelanggan yang memakai transportasi kereta api.	Penelitian ini mengungkapkan bahwa penumpang menghadapi banyak masalah, terutama saat mereka pergi membeli tiket kereta api. Masalah yang paling umum dalam konteks ini termasuk, antrean yang panjang/tidak mendapat tiket walaupun sudah menunggu dalam

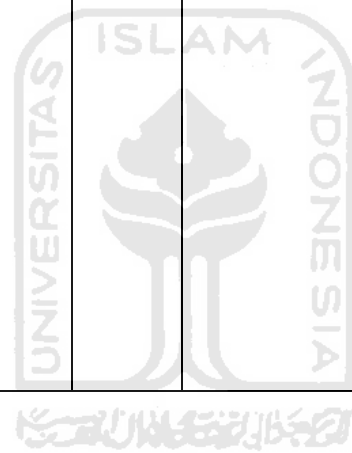
						<p>antrean (85,7%), gagal mendapatkan tiket untuk sub-kelas yang diinginkan (48,1%). Hampir sebagian besar responden (97,0%) melaporkan bahwa mereka harus menunggu lama di stasiun kereta. Hampir sebagian besar responden mengatakan, kondisi toilet di stasiun kereta api atau di dalam kereta api tidak bersih dan peralatan yang disediakan tidak lengkap.</p>
--	--	--	--	--	--	---

4.	The Customer Service Quality of Railway Station in Yogyakarta	F. Rozaq, D. T. Istiantara	2018	Metode kuantitatif	Untuk mengetahui tingkat kualitas pelayanan pelanggan di Stasiun Lempuyangan Yogyakarta.	Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan sebagai berikut: kualitas layanan pelanggan stasiun kereta api di Yogyakarta berdasarkan dimensi berwujud (tangibel), keandalan (reliabilitas), daya tanggap (responsif), jaminan dan empati yang dianggap buruk oleh penumpang sebagai konsumen. Nilai-nilai skor kualitas layanan dari yang tertinggi adalah
----	---	-------------------------------	------	-----------------------	--	---

						<p>reliabilitas (-0,23), daya tanggap (-0,23), jaminan (-0,31), empati (-0,40), dan berwujud (-0, 41).</p> <p>Kesimpulannya bahwa kualitas layanan pelanggan di stasiun kereta api di Yogyakarta dianggap buruk oleh pelanggan.</p>
5.	Service Quality and Rail Transport in Pakistan: A Passenger Perspective	Syed Muhammad Irfan, Daisy Mui Hung Kee, Saman	2012	Metode kuantitatif	Untuk memeriksa dan menilai kualitas layanan yang diberikan kepada penumpang oleh satu-satunya	Temuan empiris secara keseluruhan dari penelitian ini adalah bukti bahwa penumpang merasakan sistem transportasi kereta api,

		Shahba			<p>angkutan umum di negara ini. Untuk mengukur persepsi penumpang tentang kualitas layanan yang diberikan selama perjalanan atau membuat pengaturan perjalanan, instrumen SERVQUAL yang telah dimodifikasi digunakan. Delapan konstruksi kualitas layanan yang terdiri</p>	<p>transportasi sektor publik utama, tidak memberikan kualitas layanan yang baik yang dapat memenuhi harapan mereka. Juga terbukti bahwa upaya nyata oleh Kereta Api Pakistan harus dilakukan untuk meningkatkan atau meningkatkan sistem transportasi kereta api. Singkatnya, kualitas layanan transportasi kereta api dianggap sebagai indikator</p>
--	--	--------	--	---	--	--

					<p>dari 31 variabel digunakan. Analisis statistik penelitian ini memberikan wawasan tentang ketidakpuasan penumpang tentang kualitas layanan sistem transportasi kereta api di Pakistan.</p>	<p>penting yang akan meningkatkan kepuasan pelanggan.</p>
--	--	--	--	--	--	---



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Lokasi Penelitian**

Peneliti memilih penumpang Kereta Api Ranggajati sebagai objek penelitian dan penelitian dilakukan di stasiun Tugu Yogyakarta.

#### **3.2 Definisi Operasional Variabel**

Parasuraman et al., (Tjiptono, 2008) mengatakan kualitas jasa adalah interaksi dari semua faktor yang menjaga proses penciptaan jasa yang disediakan kepada konsumen. Item-item untuk kuesioner penelitian diambil dan dimodifikasi dari Muda (2014); Hartono & Robin (2012)

##### **1. Keandalan (Reliability)**

- Ketepatan waktu sampai di tujuan
- Keamanan perjalanan.
- Ketepatan waktu keberangkatan
- Pelayanan tiket yang cepat dan tepat waktu

##### **2. Tanggapan (Responsiveness)**

- Kemampuan petugas dalam memenuhi semua keluhan penumpang
- Kemampuan petugas menanggapi keluhan-keluhan penumpang
- Kemampuan petugas menyediakan kebutuhan penumpang

##### **3. Keyakinan (Assurance)**



- Masinis bertanggung jawab terhadap keselamatan jiwa penumpang
  - Pramugari/pramugara kereta api bertanggung jawab kepada keamanan barang bawaan penumpang
  - Kecakapan dan pengetahuan petugas dalam bidangnya
4. Empati (Empaty)
- Karyawan dapat melakukan komunikasi secara efektif kepada penumpang
  - Memberikan perhatian kepada penumpang
  - Pelayanan sopan dan ramah
  - Karyawan kereta api memberikan kesan yang baik terhadap seluruh penumpang
  - Pelayanan tidak membeda-bedakan kelas kereta api
5. Berwujud (Tangible)
- Jumlah kursi.
  - Kerapian penampilan petugas kereta api
  - Tersedianya fasilitas seperti TV, AC, dan Toilet yang baik.
  - Kereta api mempunyai ruang tunggu yang aman dan nyaman

### **3.3 Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data**

#### **3.3.1 Jenis Data**

##### 1. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan langsung dari sumbernya, selanjutnya instansi akan mengolah data tersebut dan akan digunakan (Ruslan, 2010).

Rekapitulasi data yang diperoleh dari kuesioner yang disebar dalam masa penelitian berlangsung merupakan data primer.

## 2. Data Sekunder

Merupakan data yang didapatkan melalui media perantara seperti diproduksi oleh pihak lain maupun digunakan oleh institusi lain, hal itu menunjukkan bahwa data tersebut didapat secara tidak langsung, akan tetapi bisa digunakan dalam penelitian-penelitian tertentu. Data sekunder berupa data tentang waktu keberangkatan, waktu tempuh, serta perkiraan kedatangan.

### 3.3.2 Teknik Pengumpulan Data

Sebagai teknik pengumpulan data, metode kuesioner dapat dilakukan dengan cara survei langsung kepada penumpang. Responden menjawab daftar pertanyaan yang telah disampaikan pada *google form* untuk memperoleh data.

## 3.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

### 3.4.1 Populasi

Populasi adalah suatu wilayah yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai karakteristik atau kualitas tertentu dan ditentukan oleh penelitian yang akan diteliti yang kemudian diambil kesimpulannya (Sugiyono, 2017). Seluruh konsumen kereta api Ranggajati merupakan populasi dari penelitian ini.

### 3.4.2 Sampel

Bagian dari jumlah dan karakteristik populasi merupakan sampel (Sugiyono, 2017). Konsumen kereta api Ranggajati yang berjumlah minimal 100 orang dijadikan sampel dalam penelitian ini.

### 3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel

Setiap penumpang pada dasarnya memiliki kesempatan yang sama untuk diambil sampelnya, namun karena waktu pengambilannya telah ditentukan maka yang menggunakan jasa pada saat penelitian dijadikan sampel, maka metode pengambilan sampel untuk penumpang KA Ranggajati adalah metode pengambilan sampel acak sederhana. Penggunaan simple random sampling dikarenakan setiap elemen dalam populasi diketahui memiliki peluang untuk dijadikan sampel yang dapat berpartisipasi melalui *Google Form* yaitu responden atau konsumen yang pernah menggunakan jasa Kereta Api Ranggajati.

### 3.4.4 Penentuan Jumlah Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik populasi (Sugiyono, 2017). Pada penelitian ini sampel yang diambil yaitu sebagian konsumen yang menggunakan KA Ranggajati. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini mengambil minimal 100 responden. Pengambilan sampel minimal 100 orang ( $\geq 100$  orang) dianggap dapat mewakili responden, karena berdasarkan sebaran normal, sampel sebanyak 30 orang atau jumlah di atas sesuai untuk menggambarkan populasi serta dianalisis (Franken & Wallen dalam Sugiyono, 2017). Sampel diperoleh dengan

cara memberikan kuesioner kepada para responden (Penumpang Kereta Api Ranggajati) di lokasi penelitian di Stasiun Tugu Yogyakarta.

### 3.5 Pengukuran Variabel

Menurut (Sugiyono, 2017) Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut variabel penelitian. Untuk mengukur penelitian ini, baik variabel kualitas pelayanan transportasi kereta api (kinerja) maupun variabel importance performance analysis (kepentingan) sama-sama menggunakan skala likert. Instrumen penelitian yang menggunakan Skala Likert dibuat kolom lalu responden diminta untuk memilih salah satu dari 4 kategori.

Skala Likert dari Kinerja memiliki indikator dari sangat setuju hingga sangat tidak setuju sedangkan Skala Likert dari Kepentingan memiliki indikator dari sangat penting hingga sangat tidak penting. Dimana indikator sangat tidak setuju mendapat skor 1 sedangkan sangat tidak setuju mendapat skor 4 pada Kinerja, begitu juga dengan indikator sangat tidak penting mendapat skor 1, dan indikator sangat penting mendapat skor 4 pada Kepentingan. Berikut merupakan 4 kategori dari Skala Likert:

**Tabel 3.1 Skala Likert Penelitian**

Kinerja	Kepentingan
STS = Sangat Tidak Setuju, Skor = 1	STP = Sangat Tidak Setuju, Skor = 1
TS = Tidak Setuju, Skor = 2	TP = Tidak Setuju, Skor = 2
S = Setuju, Skor = 3	P = Penting, Skor = 3
SS = Sangat Setuju, Skor = 4	SP = Sangat Penting, Skor = 4

Jika respons konsumen rendah, hal tersebut menunjukkan bahwa tingkat kepuasan konsumen rendah. Sebaliknya, jika respons konsumen tinggi, hal tersebut menunjukkan bahwa tingkat kepuasan konsumen tinggi.

Skala likert bila ada individu yang bersangkutan dengan menambahkan bobot jawaban yang dipilih. Nilai rata-rata tiap responden dari kelas interval dengan jumlah kelas sama dengan 4 (empat), dihitung sebagai berikut:

$$\text{Interval} = \frac{\text{Nilai Max} - \text{Nilai Min}}{\text{Jumlah Kelas}}$$

$$\text{Interval} = \frac{4 - 1}{4} = 0.75$$

Kategori masing-masing interval adalah:

**Tabel 3.2 Interval Skala Penelitian**

Interval	Kinerja	Kepentingan
1,00 s/d 1,74	Sangat Tidak Setuju	Sangat Tidak Penting
1,75 s/d 2,49	Tidak Setuju	Tidak Penting
2,50 s/d 3,24	Setuju	Penting
3,25 s/d 4,00	Sangat Setuju	Sangat Penting

### 3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas Indikator Variabel

#### 3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana sebenarnya alat ukur tersebut dapat mengukur apa yang seharusnya diukur (Santoso, 2017). Uji validitas dilakukan dengan cara metode korelasi, dengan melihat koefisien korelasi ( $r_{xy}$ ) pada item korelasi yang menyatakan hubungan antara skor pertanyaan dengan skor total. Jumlah sampel sebanyak 100 responden, tingkat kepercayaan menggunakan taraf signifikansi  $\alpha=5\%$ , dilakukan analisis korelasi antara skor

pertanyaan dengan skor total. Jika nilai  $r_{xy} > r_{table} = 0.195$  maka dapat dinyatakan bahwa item tersebut valid (Santoso, 2017).

### **3.6.2 Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat menunjukkan suatu alat ukur dapat dipercaya atau sebaliknya. Untuk mengetahui alat ukur tersebut mengukur apa yang seharusnya diukur (Santoso, 2017). Uji reliabilitas menggunakan teknik *alpha Cronbach*, dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Jika nilai  $r_{alpha} > 0,60$  maka instrumen penelitian dinyatakan reliabel. Perhitungan reliabilitas alat ukur penelitian ini menggunakan program komputer SPSS for Windows (Santoso, 2017).

## **3.7 Metode Analisis Data**

### **3.7.1 Analisis Deskripsi Variabel**

Analisis deskriptif pada penelitian ini yaitu analisis deskriptif variabel penelitian, menggambarkan jawaban atau penilaian responden atas kuesioner yang telah diberikan dan distribusi frekuensi responden, serta analisis strategi pelayanan.

### **3.7.2 Analisis Kinerja dan Kepentingan (*Importance Performance Analysis*)**

Analisis Kinerja Penting telah diterima secara umum dan digunakan di berbagai bidang studi karena mudah terapkan dan mempunyai tampilan hasil analisis yang mudah untuk menyarankan peningkatan kinerja. Metode *Importance Performance Analysis* pertama kali diperkenalkan oleh (Martilla & James, 1977)

*Importance Performance Analysis* memiliki fungsi utama untuk menampilkan informasi terkait faktor pelayanan yang menurut konsumen sangat memengaruhi loyalitas dan kepuasan konsumen. Dari faktor pelayanan yang perlu ditingkatkan karena kondisi perusahaan sekarang kurang memuaskan. *Importance Performance Analysis* menggabungkan tingkat kepuasan dan tingkat kesesuaian dalam grafik dua dimensi.

Pada penelitian ini terdapat dua variabel dan diwakili oleh X dan Y, di mana X adalah skor untuk penilaian kinerja perusahaan yang bisa memberikan kepuasan kepada pelanggan, dan Y adalah skor untuk penilaian kepentingan konsumen. X (bunga) lebih besar atau sama dengan Y (kinerja), maka konsumen merasa puas, tetapi jika lebih kecil konsumen tidak puas.

Rumus yang digunakan:

$$TKi = \frac{Xi}{Yi} \times 100\%$$

Keterangan:

TKi = Tingkat kesesuaian responden.

Xi = Skor penilaian kinerja perusahaan.

Yi = Skor penilaian kepentingan konsumen.

Maka untuk setiap atribut yang memengaruhi kepuasan konsumen yaitu dengan rumus:

$$X = \frac{\sum Xi}{n} \quad Y = \frac{\sum Yi}{n}$$



$\bar{X}$  = Skor rata-rata kinerja atau pelaksanaan

$\bar{Y}$  = Skor rata-rata kepentingan konsumen

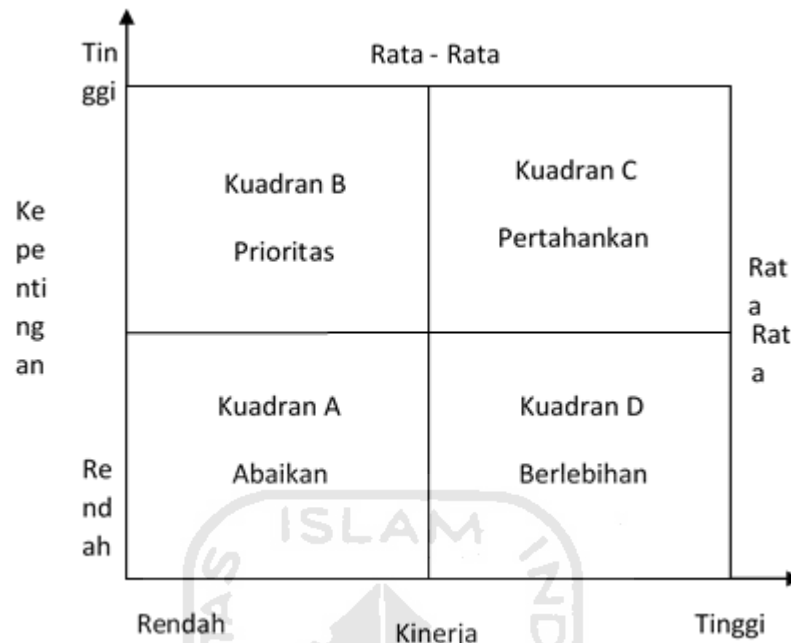
Penelitian terdapat empat faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen, sehingga  $K=4$

Rumus yang digunakan:

$$X = \sum \frac{\bar{x}_i}{n} \quad Y = \sum \frac{\bar{y}_i}{n}$$

$K$  = Banyaknya faktor yang dapat memengaruhi konsumen.

Analisis Kinerja Penting (*Importance Performance Analysis*) menggabungkan pengukuran tingkat kepuasan dan tingkat kepentingan dalam grafik dua dimensi untuk menjelaskan data serta mendapatkan saran praktis. Interpretasi grafik *Importance Performance Analysis* sangat mudah, di mana grafik *Importance Performance Analysis* terbagi menjadi empat kuadran berdasarkan hasil pengukuran *Importance-Performance* seperti yang ditunjukkan pada Gambar 3.1.



Gambar 3.1

Matrik *Importance Performance Analysis*

Dilihat pada Gambar 3.1, dari penerapan *Importance Performance Analysis*, keempat kuadran memiliki empat kemungkinan kelompok aspek yang diteliti, yaitu:

A. Kuadran A, Abaikan: Skor kepentingan dan kinerja rendah. Aspek-aspek yang termasuk dalam kelompok ini dapat diabaikan dari perhatian manajemen di masa mendatang.

B. Kuadran B, Prioritas: Memiliki skor tinggi dalam hal tingkat kinerja tetapi memiliki skor rendah dalam hal kepentingan. Hasil ini menunjukkan lokasi ketidakpuasan pelanggan.

C. Kuadran C, Keep it: Memiliki nilai tinggi baik dari segi kinerja maupun tingkat kepentingan. Aspek dalam kategori ini merupakan aspek ideal, karena

menunjukkan bahwa organisasi memiliki keunggulan di bidang yang dianggap penting oleh pelanggan.

D. Kuadran D, Berlebihan: Skor kepentingan tinggi tetapi skor kinerja rendah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa organisasi terlalu memfokuskan pada aspek-aspek yang berdampak kecil terhadap kepuasan pelanggan, sehingga sumber daya yang pada awalnya dialokasikan pada aspek lain yang memiliki skor tingkat tinggi tetapi kinerja rendah.

Secara umum, berikut langkah-langkah untuk *Performance Importance Analysis*: (Magal & Lavenburg, 2005).

1. Identifikasi aspek kritis yang akan dievaluasi.
2. Mengembangkan instrumen survei yang digunakan, untuk memperoleh penilaian tentang kinerja dan kepentingan aspek yang diperoleh melalui empat langkah.
3. Menghitung nilai rata-rata tingkat kinerja dan kepentingan tiap aspek.
4. Nilai rata-rata tingkat kinerja dan kepentingan kemudian diplot ke dalam matriks dua dimensi; biasanya sumbu horizontal mewakili nilai rata-rata kinerja dan sumbu vertikal mewakili nilai rata-rata kepentingan.

Terdapat dua metode untuk menampilkan data *Performance Importance Analysis*, yaitu (Megal & Lavenburg, 2005):

Pertama, tempatkan perpotongan kuadran pada nilai-nilai pada sumbu tingkat kepuasan kemudian rangkum prioritas penanganan untuk mengetahui secara umum di kuadran mana letak distribusi data tersebut.

Kedua, menempatkan perpotongan kuadran pada nilai rata-rata pengamatan pada sumbu tingkat kepuasan dan sumbu prioritas penanganan untuk mengetahui secara spesifik di kuadran mana setiap faktor berada. Metode ini banyak digunakan para peneliti.



## **BAB IV**

### **HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Pembahasan hasil penelitian ini dimulai dari uji validitas, reliabilitas instrumen, analisis deskriptif (deskripsi variabel penelitian) dan kemudian dilanjutkan dengan analisis kuantitatif yaitu Importance Performance Analysis (IPA). Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada para responden penelitian yaitu penumpang Kereta Api Ranggajati.

Dalam penelitian ini disebar 100 kuesioner pada 100 responden. Dari 100 kuesioner yang disebar ke 100 responden, semua kuesioner kembali. Jadi, respon rate-nya adalah 100,0%. Semua Kuesioner terjawab dengan lengkap dan layak untuk dianalisis. Rincian perolehan kuesioner dalam penelitian ini dapat dilihat pada lampiran rekapitulasi data. Setelah data terkumpul, data diedit (editing), diberi kode (coding), dan di tabulasi (tabulating).

#### **4.1 Profil Perusahaan Kereta Api Ranggajati**

Kereta api Ranggajati merupakan layanan kereta api kelas eksekutif dan bisnis yang dioperasikan oleh PT Kereta Api Indonesia untuk melayani lintas Cirebon–Jember melalui Yogyakarta–Surabaya Gubeng dan sebaliknya. Kereta api yang mulai beroperasi pada 1 November 2016 ini menempuh jarak sejauh 800 km dalam waktu rata-rata 15 jam 17 menit. Kereta Api Ranggajati menggunakan lokomotif CC206, dan mempunyai susunan rangkaian 1 kereta pembangkit (P CN) + 5 kereta kelas

eksekutif (K1 CN) + 1 kereta makan (M CN) + 4 kereta kelas bisnis (K2 CN). Kereta Api Ranggajati mempunyai kapasitas tempat duduk sebanyak 506 tempat duduk.

Tarif kereta api Ranggajati berkisar antara Rp200.000,00–Rp750.000,00 untuk kelas eksekutif dan Rp140.000,00–Rp650.000,00 untuk kelas bisnis tergantung pada jarak yang ditempuh penumpang, subkelas, ataupun hari-hari tertentu seperti akhir pekan dan libur nasional. Selain itu, terdapat juga tarif khusus yang hanya dapat dipesan mulai dua jam sebelum keberangkatan pada lintas berikut.

- Cirebon–Purwokerto maupun sebaliknya: Rp65.000,00 (eksekutif) dan Rp.45.000,00 (bisnis).
- Purwokerto–Kutoarjo maupun sebaliknya: Rp55.000,00 (eksekutif) dan Rp.45.000,00 (bisnis).
- Purwokerto–Yogyakarta maupun sebaliknya: Rp110.000,00 (eksekutif) dan Rp90.000,00 (bisnis).
- Kutoarjo–Solo maupun sebaliknya: Rp75.000,00 (eksekutif) dan Rp55.000,00 (bisnis).
- Madiun–Solo/Jombang maupun sebaliknya: Rp70.000,00 (eksekutif) dan Rp50.000,00 (bisnis).
- Jombang–Surabaya maupun sebaliknya: Rp40.000,00 (eksekutif) dan Rp30.000,00 (bisnis).
- Surabaya–Madiun/Jember maupun sebaliknya: Rp100.000,00 (eksekutif) dan Rp 80.000,00 (bisnis).

## 4.2 Analisis Data

### 4.2.1 Profil Respondenn

Karakteristik responden dapat diidentifikasi berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan kepada 100 responden, Adapun karakteristiknya yaitu:

#### 4.2.1.1 Jenis Kelamin

Berdasarkan jenis kelamin, responden dalam penelitian ini dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

**Tabel 4.1. Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-laki	69	69%
2	Wanita	31	31%
Total		100	100%

Sumber: Data Premiere Diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 4.1 di atas dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini sebagian besar adalah laki-laki sebanyak 69 (69%) responden dan wanita sebanyak 31 (31%) responden. Hal ini menunjukkan bahwa penumpang Kereta Api Ranggajati lebih banyak dari jenis kelamin laki-laki yang berhasil didapat dalam penelitian ini.

#### 4.2.1.2 Pendidikan

Berdasarkan pendidikan, maka responden dalam penelitian ini dapat di klasifikasikan sebagai berikut:

**Tabel 4.2. Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan**

Pendidikan			
No	Pendidikan	Jumlah	Persentase
1	SMP	1	1%
2	SMA	16	16%
3	D3	4	4%
4	S1	77	77%
5	S2	2	2%
Total		100	100%

Sumber: Data Primer Diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 4.2, dapat disimpulkan responden terbanyak dalam penelitian ini adalah berpendidikan S1 sebanyak 77 (77%) responden, dan pendidikan SMP hanya 1 (1%) responden. Hal tersebut menunjukkan bahwa dari segi pendidikan penumpang Kereta Api Ranggajati kebanyakan memiliki tingkat pendidikan S1 dalam penelitian ini.

#### 4.2.1.3 Pekerjaan

Berdasarkan Pekerjaan, responden dapat di klasifikasikan sebagai berikut:

**Tabel 4.3. Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan**

Pekerjaan			
No.	Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1	Sekolah	3	3%
2	Mahasiswa	27	27%
3	PNS	5	5%
4	Wiraswasta/ Pegawai Swasta	65	65%



Total	100	100%
-------	-----	------

Sumber: Data Primer Diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 4.3, dapat disimpulkan responden terbanyak mempunyai pekerjaan sebagai wiraswasta/swasta sebanyak 65 (65%) responden, dan sebagian kecil adalah pelajar yang masih menempuh pendidikan sekolah sebanyak 3 (3%) responden. Hal ini menunjukkan di dalam penelitian ini dari segi pekerjaan, bahwa mayoritas penumpang Kereta Api Ranggajati adalah para wiraswasta/swasta.

#### 4.2.1.4 Usia

Berdasarkan usia, responden dapat di klasifikasikan sebagai berikut:

**Tabel 4.4. Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia**

Usia			
No	Usia	Jumlah	Persentase
1	18-24	73	73%
2	25-31	17	17%
3	32-38	3	3%
4	39-45	7	7%
Total		100	100%

Sumber: Data Primer Diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.4 di atas dapat disimpulkan bahwa responden terbanyak dalam penelitian ini mempunyai usia 18-24 tahun sebanyak 73 (73%) responden dan paling sedikit mempunyai usia 32-38 tahun sebanyak 3 (3%) responden. Hal ini menunjukan mayoritas penumpang Kereta Api Ranggajati dalam penelitian ini mempunyai usia 18-24 tahun.

#### 4.2.1.5 Penghasilan Bulanan

Berdasarkan penghasilan bulanan, responden dapat di klasifikasikan sebagai berikut:

**Tabel 4.5. Klasifikasi Responden Berdasarkan Penghasilan Bulanan**

Penghasilan Bulanan			
No	Penghasilan Bulanan	Jumlah	Persentase
1	<Rp2.000.000,00	41	41%
2	Rp2.100.000,00-Rp2.500.000,00	17	17%
3	Rp2.600.000,00-Rp3.000.000,00	13	13%
4	>Rp3.100.000,00	29	29%
Total		100	100%

Sumber: Data Primer Diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.5, dapat disimpulkan responden terbanyak Kereta Api Ranggajati dalam penelitian ini mempunyai penghasilan kurang dari Rp 2.000.000,00 sebanyak 41 (41%) responden, dan paling sedikit mempunyai penghasilan Rp 2.600.000,00 sampai Rp 3.000.000,00 sebanyak 13 (13%) responden. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas penumpang Kereta Api Ranggajati dari penelitian ini berpenghasilan kurang dari Rp 2.000.000,00.

#### 4.2.1.6 Frekuensi Menggunakan Jasa Transportasi Kereta Api dalam Setahun

Berdasarkan frekuensi menggunakan jasa transportasi kereta api dalam setahun, maka responden dapat di klasifikasikan sebagai berikut:

**Tabel 4.6. Klasifikasi Responden Berdasarkan Frekuensi Menggunakan Jasa Transportasi Kereta Api dalam Setahun**

Frekuensi Menggunakan Jasa Transportasi Kereta Api dalam Setahun			
No	Frekuensi	Jumlah	Persentase
1	1-3 kali dalam setahun	48	48%
2	4-6 kali dalam setahun	31	31%
3	7-10 kali dalam setahun	13	13%
4	>11 kali dalam setahun	8	8%
Total		100	100%

Sumber: Data Primer Diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.6 di atas dapat disimpulkan bahwa responden terbanyak dalam penelitian ini menggunakan jasa Kereta Api Ranggajati sebanyak 1-3 kali dalam setahun yang mempunyai jumlah sebanyak 48 (48%) responden, dan paling sedikit menggunakan jasa transportasi Kereta Api Ranggajati lebih dari 11 kali dalam setahun mempunyai jumlah sebanyak 8 (8%) responden. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas penumpang Kereta Api Ranggajati dari penelitian ini menggunakan jasa transportasi kereta api sebanyak 1-3 kali dalam setahun.

#### 4.2.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen-Instrumen Penelitian

Berikut adalah hasil pengujian validitas dan reliabilitas instrumen pada penelitian ini:

**Tabel 4.7. Hasil Uji Validitas Item-item Variabel Kinerja**

Variabel	Item	Rxy	r-tabel	Keterangan
<i>Reliability</i>	X1.1	0,879	0,195	Valid
	X1.2	0,863	0,195	Valid
	X1.3	0,886	0,195	Valid
<i>Responsiveness</i>	X2.1	0,883	0,195	Valid
	X2.2	0,922	0,195	Valid

	X2.3	0,889	0,195	Valid
<i>Assurance</i>	X3.1	0,855	0,195	Valid
	X3.2	0,873	0,195	Valid
	X3.3	0,759	0,195	Valid
	X4.1	0,812	0,195	Valid
<i>Empathy</i>	X4.2	0,856	0,195	Valid
	X4.3	0,760	0,195	Valid
	X4.4	0,819	0,195	Valid
	X4.5	0,777	0,195	Valid
	X5.1	0,840	0,195	Valid
<i>Tangible</i>	X5.2	0,722	0,195	Valid
	X5.3	0,841	0,195	Valid
	X5.4	0,810	0,195	Valid
	X5.5	0,786	0,195	Valid

Sumber: Data Primer Diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.7, diketahui bahwa nilai  $\text{sig.} > 0,0195$ , dapat disimpulkan seluruh pertanyaan dalam kuesioner pada item-item pertanyaan pada variabel *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, *tangible* adalah valid.

**Tabel 4.8. Hasil Uji Validitas Item-item Variabel Kepentingan**

Variabel	Item	Rxy	r-tabel	Keterangan
Reliability	Y1.1	0,780	0,195	Valid
	Y1.2	0,751	0,195	Valid
	Y1.3	0,801	0,195	Valid
Responsiveness	Y2.1	0,781	0,195	Valid
	Y2.2	0,869	0,195	Valid
	Y2.3	0,806	0,195	Valid
Assurance	Y3.1	0,829	0,195	Valid
	Y3.2	0,849	0,195	Valid
	Y3.3	0,773	0,195	Valid
Empathy	Y4.1	0,783	0,195	Valid
	Y4.2	0,785	0,195	Valid
	Y4.3	0,813	0,195	Valid
	Y4.4	0,640	0,195	Valid
	Y4.5	0,822	0,195	Valid
Tagible	Y5.1	0,279	0,195	Valid
	Y5.2	0,405	0,195	Valid

	Y5.3	0,444	0,195	Valid
	Y5.4	0,363	0,195	Valid
	Y5.5	0,449	0,195	Valid

Sumber: Data Primer Diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.8, diketahui bahwa nilai sig.>0,195, dapat disimpulkan seluruh pertanyaan dalam kuesioner pada item-item pertanyaan pada variabel *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphathy*, dan *tangible* adalah valid.

**Tabel 4.9. Hasil Uji Reliabilitas**

<b>Indikator Kinerja</b>	<b>Cronbach Alpha</b>	<b>Nilai Kritis</b>	<b>Keterangan</b>
<i>Reliability</i>	0,846	0,60	Reliabel
<i>Responsiveness</i>	0,869	0,60	Reliabel
<i>Assurance</i>	0,774	0,60	Reliabel
<i>Emphathy</i>	0,862	0,60	Reliabel
<i>Tangibles</i>	0,858	0,60	Reliabel
<b>Indikator Kepentingan</b>	<b>Cronbach Alpha</b>	<b>Nilai Kritis</b>	<b>Keterangan</b>
<i>Reliability</i>	0,672	0,60	Reliabel
<i>Responsiveness</i>	0,753	0,60	Reliabel
<i>Assurance</i>	0,752	0,60	Reliabel
<i>Emphathy</i>	0,829	0,60	Reliabel
<i>Tangibles</i>	0,787	0,60	Reliabel

Sumber: Data Primer Diolah, 2020.

Berdasarkan Tabel 4.9 diketahui koefisien Cronbach's Alpha > 0,60, dapat disimpulkan seluruh pertanyaan dalam kuesioner pada variabel *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphathy*, dan *tangibles* adalah reliabel.

#### 4.2.3 Deskripsi Kinerja dan Kepentingan

Berdasarkan data yang telah didapatkan, jawaban dari seluruh responden telah direkapitulasi dan dianalisis untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan Kereta Api Ranggajati dan apa dimensi kualitas pelayanan yang

memiliki kinerja tinggi serta memerlukan perbaikan. Analisis data ini melalui tahap analisis deskriptif dan analisis kuantitatif.

Kriteria penelitian:

**Tabel 4.10. Kriteria Analisis Gap**

Gap	Keterangan
Positif	Puas
Negatif	Tidak Puas

Hasil penghitungan:

**Tabel 4.11. Analisis Gap Dimensi *Reliability***

Item	Mean Kinerja (P)	Mean Kepentingan (I)	Gap	Keterangan
<b>X1.1</b>	3,43	3,71	-0,28	Tidak Puas
<b>X1.2</b>	3,41	3,73	-32	Tidak Puas
<b>X1.3</b>	3,43	3,63	-0.2	Tidak Puas
<b>Rata-rata</b>	3,42	3,69	-0,27	Tidak Puas

Sumber: Data Primer Diolah, 2020.

Berdasarkan tabel 4.11, dari 100 responden sebagai sampel di dalam penelitian ini, diketahui kebanyakan responden menilai *Reliability* Kinerja dan Kepentingan pelayanan Kereta Api Ranggajati negatif (hasil analisis gap negatif). Hal ini menunjukkan bahwa responden menilai kurang baik pada transparansi informasi yang jelas tentang tiket, jadwal keberangkatan, gerbong, dan tempat duduk Kereta Api Ranggajati, ketepatan jadwal waktu keberangkatan dan waktu sampai di stasiun

tujuan Kereta Api Ranggajati, dan pelayanan yang di berikan oleh petugas Kereta Api Ranggajati.

**Tabel 4.12. Analisis Gap Dimensi *Responsiveness***

Item	Mean Kinerja (P)	Mean Kepentingan (I)	Gap	Keterangan
<b>X2.1</b>	3,34	3,38	-0,04	Tidak Puas
<b>X2.2</b>	3,38	3,43	-0,05	Tidak Puas
<b>X2.3</b>	3,44	3,49	-0,05	Tidak Puas
<b>Rata-rata</b>	3,39	3,43	-0,05	Tidak Puas

Sumber: Data Primer Diolah, 2020.

Berdasarkan tabel 4.12, dari 100 responden sebagai sampel di dalam penelitian ini, diketahui kebanyakan responden menilai *Responsiveness* Kinerja dan Kepentingan pelayanan Kereta Api Ranggajati negatif (hasil analisis gap negatif). Hal ini menunjukkan bahwa responden menilai kurang baik pada petugas Kereta Api Ranggajati cepat menanggapi tentang keluhan penumpang, petugas Kereta Api Ranggajati cepat menanggapi kebutuhan penumpang, dan penjelasan dan transparansi informasi yang diberikan petugas Kereta Api Ranggajati kepada penumpang.

**Tabel 4.13. Analisis Gap Dimensi Assurance**

Item	Mean Kinerja (P)	Mean Kepentingan (I)	Gap	Keterangan
X3.1	3,43	3,63	-0,2	Tidak Puas
X3.2	3,32	3,5	-0,18	Tidak Puas
X3.3	3,45	3,51	-0,06	Tidak Puas
<b>Rata-rata</b>	3,4	3,55	-0,15	Tidak Puas

Sumber: Data Primer Diolah, 2020.

Berdasarkan tabel 4.13 di atas dari 100 responden yang diambil sebagai sampel di dalam penelitian ini, diketahui kebanyakan responden menilai Assurance Kinerja dan Kepentingan pelayanan Kereta Api Ranggajati negatif (hasil analisis gap negatif). Hal ini menunjukkan bahwa responden menilai kurang baik pada jaminan keselamatan jiwa penumpang, jaminan terhadap barang-barang bawaan para penumpang, dan perilaku petugas Kereta Api Ranggajati terhadap para penumpang.

**Tabel 4.14. Analisis Gap Dimensi Emphathy**

Item	Mean Kinerja (P)	Mean Kepentingan (I)	Gap	Keterangan
X4.1	3,34	3,33	0,01	Puas
X4.2	3,41	3,44	-0,03	Tidak Puas
X4.3	3,33	3,32	0,01	Tidak Puas
X4.4	3,42	3,66	-0,24	Tidak Puas
X4.5	3,37	3,59	-0,22	Tidak Puas
<b>Rata-rata</b>	3,37	3,47	-0,094	Tidak Puas

Sumber: Data Primer Diolah, 2020.



Berdasarkan tabel 4.14 di atas dari 100 responden yang diambil sebagai sampel di dalam penelitian ini, diketahui kebanyakan responden menilai *Empathy* Kinerja dan Kepentingan pelayanan Kereta Api Ranggajati negatif (hasil analisis gap negatif). Hal ini menunjukkan bahwa responden menilai kurang baik pada petugas memberikan perhatian kepada setiap penumpang Kereta Api Ranggajati, petugas memberi kesan yang baik kepada penumpang Kereta Api Ranggajati, komunikasi yang efektif antar penumpang dan petugas Kereta Api Ranggajati, pelayanan yang ramah dan sopan, dan petugas Kereta Api Ranggajati tidak membedakan perilaku penumpang antar satu sama lain.

**Tabel 4.15. Analisis Gap Dimensi *Tangibles***

<b>Item</b>	<b>Mean Kinerja (P)</b>	<b>Mean Kepentingan (I)</b>	<b>Gap</b>	<b>Keterangan</b>
<b>X5.1</b>	3,45	3,56	-0,11	Tidak Puas
<b>X5.2</b>	3,45	3,46	-0,01	Tidak Puas
<b>X5.3</b>	3,46	3,53	-0,07	Tidak Puas
<b>X5.4</b>	3,35	3,59	-0,24	Tidak Puas
<b>X5.5</b>	3,46	3,47	-0,01	Tidak Puas
<b>Rata-rata</b>	3,43	3,52	-0,088	Tidak Puas

Berdasarkan tabel 4.15, dari 100 responden sebagai sampel di dalam penelitian ini, diketahui kebanyakan responden menilai *Tangibles* Kinerja dan Kepentingan pelayanan Kereta Api Ranggajati negatif (hasil analisis gap negatif). Hal ini menunjukkan bahwa responden menilai kurang baik pada kondisi yang nyaman

dari Stasiun keberangkatan Kereta Api Ranggajati, penampilan petugas Kereta Api Ranggajati yang rapi, tersedia fasilitas yang lengkap sesuai dengan kebutuhan para penumpang di dalam gerbong Kereta Api Ranggajati, kelengkapan dan kebersihan dari toilet gerbong Kereta Api Ranggajati, jumlah kursi gerbong Kereta Api Ranggajati yang memadai bagi setiap penumpang.

#### **4.2.4 Analisis Kepentingan Kinerja (*Importance Performance Analysis*)**

##### **4.2.4.1 Analisis Tingkat Kesesuaian antara Kinerja terhadap Kepentingan**

Berdasarkan 100 responden penumpang Kereta Api Ranggajati yang dijadikan responden di dalam penelitian ini yaitu dimensi *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles*, telah diperoleh jawaban tingkat kesesuaian antara kinerja dengan kepentingan penumpang Kereta Api Ranggajati. Kriteria dan hasil penelitian yang diperoleh dari masing-masing dimensi atau tingkat kesesuaian pada dimensi kinerja dengan kepentingan adalah sebagai berikut:

Kriterianya yaitu:

Sangat sesuai → tingkat kesesuaian >100%

Sesuai → tingkat kesesuaian =100%

Tidak sesuai → tingkat kesesuaian <100%

Tabel 4.16.

## Tingkat Kesesuaian Item dan Dimensi Kinerja dan Kepentingan

Item/Dimensi	Kinerja	Kepentingan	Tingkat Kesesuaian
<b>Reliability</b>			
X1.1	3,43	3,71	92,5
X1.2	3,41	3,73	91,4
X1.3	3,43	3,63	94,5
<i>Mean</i>	3,42	3,69	92,7
<b>Responsiveness</b>			
X2.1	3,34	3,38	98,8
X2.2	3,38	3,43	98,5
X2.3	3,44	3,49	98,6
<i>Mean</i>	3,39	3,43	98,6
<b>Assurance</b>			
X3.1	3,43	3,63	94,5
X3.2	3,32	3,5	94,9
X3.3	3,45	3,51	98,3
<i>Mean</i>	3,4	3,55	95,9
<b>Emphathy</b>			
X4.1	3,34	3,33	100
X4.2	3,41	3,44	99
X4.3	3,33	3,32	100
X4.4	3,42	3,66	93
X4.5	3,37	3,59	94
<i>Mean</i>	3,37	3,47	97
<b>Tangibles</b>			
X5.1	3,45	3,56	96,9
X5.2	3,45	3,46	99,7
X5.3	3,46	3,53	98,0
X5.4	3,35	3,59	93,3
X5.5	3,46	3,47	99,7
<i>Mean</i>	3,43	3,52	97,5
<i>Means</i>	3,40	3,53	96,3

Hasil analisis tingkat kesesuaian antara kinerja terhadap kepentingan pada tabel 4.16 diketahui nilai tingkat kesesuaian 96,3% (<100%). Artinya dimensi *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles* tidak memiliki kesesuaian antara kinerja dengan kepentingan penumpang Kereta Api Ranggajati.

#### 4.2.4.2 Analisis Kepentingan Kinerja (Importance Performance Analysis) dengan Diagram Kartesius

Perhitungan rata-rata dari hasil kuesioner pada diagram kartesius dapat dilihat bahwa dimensi-dimensi kualitas pelayanan Kereta Api Ranggajati dengan kepentingan penumpang Kereta Api Ranggajati. Dimensi yang masuk pada Kuadran A (Abaikan), Kuadran B (Prioritas), Kuadran C (Pertahankan), Kuadran D (Berlebihan).

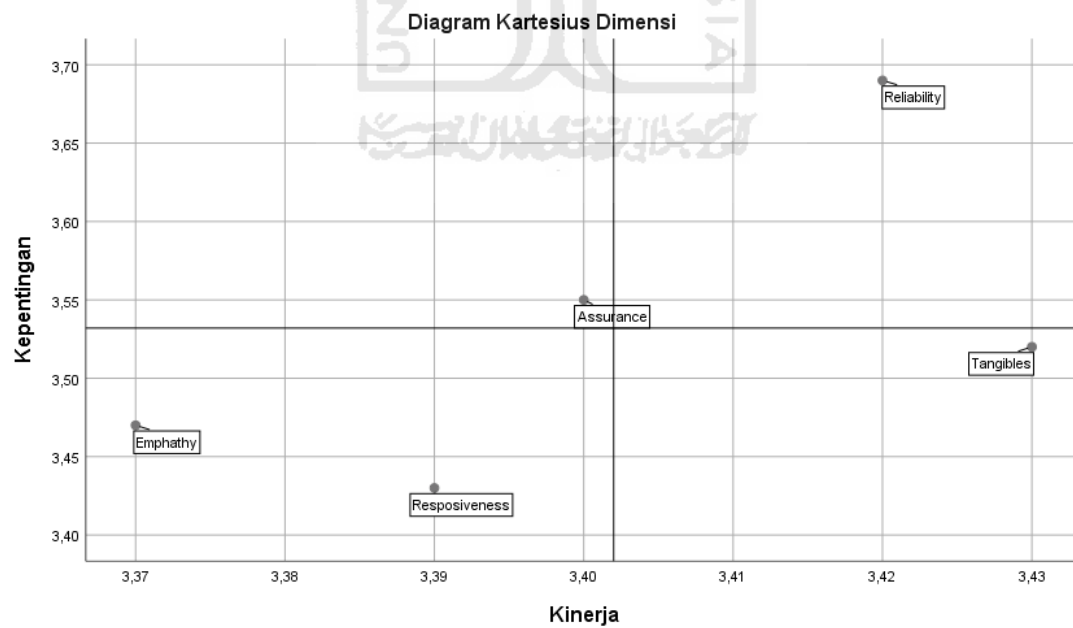
Tabel 4. 17.

#### Data Diagram Kartesius Dimensi Kinerja dengan Kepentingan

Dimensi	Kinerja	Kepentingan
X1.1	3,43	3,71
X1.2	3,41	3,73
X1.3	3,43	3,63
Rata-rata Reliability	3,42	3,69
X2.1	3,34	3,38
X2.2	3,38	3,43
X2.3	3,44	3,49
Rata-rata Responsiveness	3,39	3,43
X3.1	3,43	3,63

X3.2	3,32	3,5
X3.3	3,45	3,51
Rata-rata Assurance	3,4	3,55
X4.1	3,34	3,33
X4.2	3,41	3,44
X4.3	3,33	3,32
X4.4	3,42	3,66
X4.5	3,37	3,59
Rata-rata Emphathy	3,37	3,47
X5.1	3,45	3,56
X5.2	3,45	3,46
X5.3	3,46	3,53
X5.4	3,35	3,59
X5.5	3,46	3,47
Rata-rata Tangibles	3,43	3,52
<b>Mean</b>	<b>3,40</b>	<b>3,53</b>

Sumber: Data Primer Diolah, 2020.



Gambar 4.1.

### Dimensi Diagram Kartesius

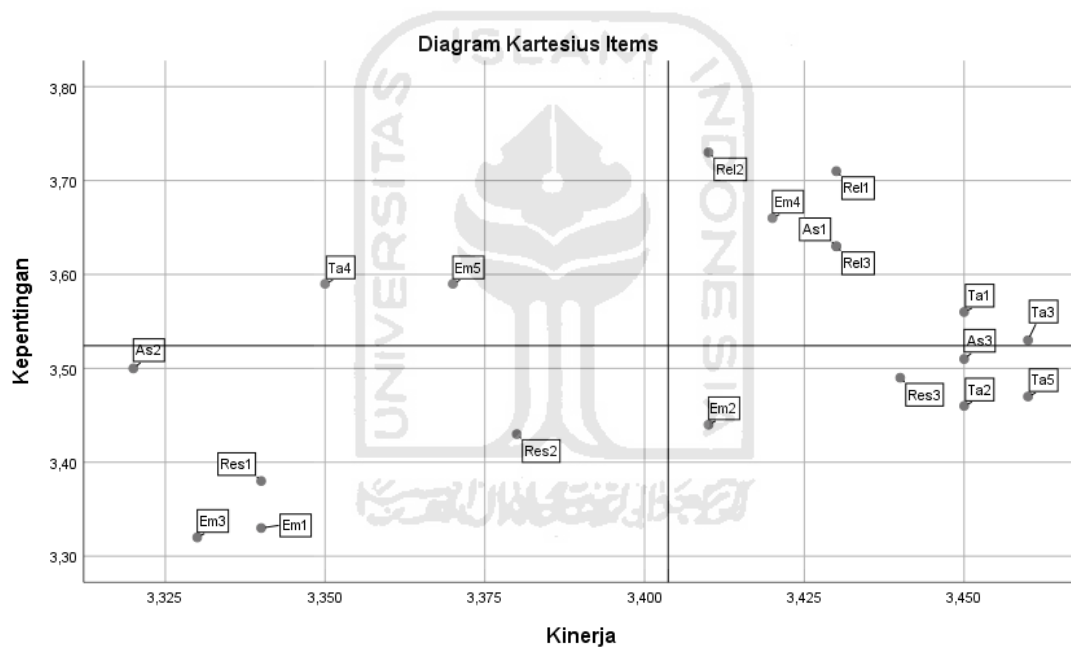
Penjelasan masing-masing kuadran Gambar 4.1:

Kuadran A: Empati (*Empathy*), dan Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Kuadran B: Asuransi (*Assurance*)

Kuadran C: Keandalan (*Reliability*)

Kuadran D: Bukti Fisik (*Tangibles*)



**Gambar 4.2**

### Diagram Kartesius Item

Penjelasan masing-masing kuadran Gambar 4.2:

#### **Kuadran A:**

Res1: Petugas Kereta Api Ranggajati cepat menanggapi keluhan penumpang.

Res2: Petugas Kereta Api Ranggajati cepat menanggapi kebutuhan penumpang.

As2: Jaminan yang didapatkan penumpang Kereta Api Ranggajati terhadap barang-barang bawaan.

Em1: Petugas memberikan perhatian kepada setiap penumpang Kereta Api Ranggajati.

Em3: Komunikasi efektif antar penumpang dan petugas Kereta Api Ranggajati.

**Kuadran B:**

Em5: Petugas tidak membeda-bedakan perilaku penumpang antar satu sama lain.

Ta4: Kelengkapan dan kebersihan dari toilet gerbong Kereta Api Ranggajati.

**Kuadran C:**

Rel1: Transparansi informasi yang jelas tentang tiket Kereta Api Ranggajati, jadwal keberangkatan, gerbong, dan tempat duduk Kereta Api Ranggajati.

Rel2: Ketepatan jadwal waktu keberangkatan dan waktu sampai di stasiun tujuan Kereta Api Ranggajati.

Rel3: Pelayanan yang di berikan oleh petugas Kereta Api Ranggajati.

As1: Jaminan keselamatan jiwa penumpang Kereta Api Ranggajati.

Em4: Pelayanan ramah dan sopan.

Ta1: Kondisi yang nyaman dari Stasiun keberangkatan Kereta Api Ranggajati.

Ta3: Tersedia fasilitas yang lengkap sesuai dengan kebutuhan para penumpang di dalam gerbong Kereta Api Ranggajati.

#### **Kuadran D:**

As3: Perilaku petugas terhadap para penumpang Kereta Api Ranggajati.

Res3: Penjelasan dan transparansi informasi yang diberikan petugas Kereta Api Ranggajati kepada penumpang.

Em2: Petugas Kereta Api Ranggajati memberikan kesan yang baik kepada penumpang.

Ta2: Penampilan petugas Kereta Api Ranggajati yang rapi.

Ta5: Jumlah kursi gerbong Kereta Api Ranggajati yang memadai bagi setiap penumpang.

#### **4.2.5 Pembahasan**

Dalam kuadran A dapat diketahui bahwa tingkat kepentingan menurut penumpang Kereta Api Ranggajati dan tingkat kinerja yang dilakukan oleh pihak Kereta Api Ranggajati rendah. Adapun item-item yang terdapat pada kuadran A yaitu petugas Kereta Api Ranggajati cepat menanggapi keluhan penumpang, petugas Kereta Api Ranggajati cepat menanggapi kebutuhan penumpang, jaminan yang didapatkan penumpang Kereta Api Ranggajati terhadap barang-barang bawaan, petugas memberikan perhatian kepada setiap penumpang Kereta Api Ranggajati, dan



komunikasi efektif antar penumpang dan petugas Kereta Api Ranggajati. Hal ini menunjukkan secara riil bahwa item-item di atas dianggap tidak terlalu penting oleh para penumpang Kereta Api Ranggajati, dan tidak dijadikan prioritas (diabaikan) oleh sistem pengelolaan Kereta Api Ranggajati. Dalam kuadran B dapat diketahui tingkat kepentingan menurut penumpang Kereta Api Ranggajati tinggi, dan tingkat kinerja yang dilakukan oleh pihak Kereta Api Ranggajati rendah. Adapun item-item yang terdapat pada kuadran B yaitu petugas tidak membeda-bedakan perilaku penumpang antar satu sama lain, dan kelengkapan dan kebersihan dari toilet gerbong Kereta Api Ranggajati. Hal ini menunjukkan secara riil bahwa masih sering terjadi perbedaan perilaku antar penumpang Kereta Api Ranggajati yang dilakukan oleh petugas Kereta Api Ranggajati dan kurangnya kelengkapan dan kebersihan dari toilet gerbong Kereta Api Ranggajati. Dalam kuadran C dapat diketahui bahwa tingkat kepentingan menurut penumpang Kereta Api Ranggajati dan tingkat kinerja yang dilakukan oleh pihak Kereta Api Ranggajati tinggi. Adapun item-item yang terdapat pada kuadran C yaitu transparansi informasi yang jelas tentang tiket Kereta Api Ranggajati, jadwal keberangkatan, gerbong, dan tempat duduk Kereta Api Ranggajati, ketepatan jadwal waktu keberangkatan dan waktu sampai di stasiun tujuan Kereta Api Ranggajati, pelayanan yang di berikan oleh petugas Kereta Api Ranggajati, jaminan keselamatan jiwa penumpang Kereta Api Ranggajati, Pelayanan ramah dan sopan, kondisi yang nyaman dari Stasiun keberangkatan Kereta Api Ranggajati, tersedia fasilitas yang lengkap sesuai dengan kebutuhan para penumpang di dalam gerbong Kereta Api Ranggajati. Hal ini menunjukkan secara riil bahwa pihak Kereta Api Ranggajati

sudah menghasilkan kinerja yang memuaskan pada item-item yang dianggap penting oleh penumpang Kereta Api Ranggajati. Sehingga perlu dipertahankan oleh pihak Kereta Api Ranggajati untuk kinerjanya pada masa mendatang. Dalam kuadran D dapat diketahui bahwa tingkat kepentingan rendah menurut penumpang Kereta Api Ranggajati, namun kinerja yang diberikan dari pihak Kereta Api Ranggajati tinggi. Adapun item-item yang terdapat pada kuadran D yaitu perilaku petugas terhadap para penumpang Kereta Api Ranggajati, penjelasan dan transparansi informasi yang diberikan petugas Kereta Api Ranggajati kepada penumpang, petugas Kereta Api Ranggajati memberikan kesan yang baik kepada penumpang, penampilan petugas Kereta Api Ranggajati yang rapi, jumlah kursi gerbong Kereta Api Ranggajati yang memadai bagi setiap penumpang. Hal ini menunjukkan secara riil bahwa pihak Kereta Api Ranggajati sudah menghasilkan kinerja yang memuaskan pada item-item tersebut namun menurut penumpang Kereta Api Ranggajati item-item tersebut masih belum terlalu penting.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

1. Hasil analisis menggunakan metode *Importance Performance Analysis* dapat di ketahui bahwa kebanyakan responden menilai kinerja (*Performance*) Kereta Api Ranggajati yang ditinjau dari aspek *reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangible* sudah sangat memuaskan (Mean 3,40).
2. Hasil analisis menggunakan metode *Importance Performance Analysis* dapat di ketahui bahwa kebanyakan responden menilai kepentingan (*Importance*) yang ditinjau dari aspek *reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangible* sudah sangat memuaskan (Mean 3,53).
3. Hasil tingkat kesesuaian yang di peroleh antara tingkat kinerja Kereta Api Ranggajati dan tingkat kepentingan penumpang Kereta Api Ranggajati dinilai dari aspek *reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangible* tidak sesuai (Tingkat Kesesuaian 96,3%)
4. Hasil analisis menunjukkan bahwa pada aspek *empathy, responsiveness* dan *assurance* yang terdapat pada kuadran A dan B menunjukkan bahwa kinerja yang di hasilkan oleh Kereta Api Ranggajati masih rendah menurut responden. Kereta Api Ranggajati perlu meningkatkan kinerja dari aspek *empathy, responsiveness* dan *assurance*.

## 5.2 Saran

1. PT. KAI khususnya untuk Kereta Api Ranggajati boleh membenahi tingkat kinerja dengan cara memprioritaskan pengelolaan pada aspek yang terdapat pada kuadran A. Hanya saja aspek dalam kuadran A dianggap tidak terlalu penting oleh responden di dalam penelitian ini. Adapun aspek-aspek yang terdapat pada kuadran A adalah sebagai berikut:
  - a. Petugas Kereta Api Ranggajati cepat menanggapi keluhan penumpang.
  - b. Petugas Kereta Api Ranggajati cepat menanggapi kebutuhan penumpang.
  - c. Jaminan yang didapatkan penumpang Kereta Api Ranggajati terhadap barang-barang bawaan.
  - d. Petugas memberikan perhatian kepada setiap penumpang Kereta Api Ranggajati.
  - e. Komunikasi efektif antar penumpang dan petugas Kereta Api Ranggajati.
2. PT. KAI khususnya untuk Kereta Api Ranggajati harus membenahi tingkat kinerja dengan cara memprioritaskan pengelolaan pada aspek yang terdapat pada kuadran B dikarenakan aspek yang terdapat pada kuadran B dianggap sangat penting oleh responden di dalam penelitian ini. Adapun aspek-aspek yang terdapat pada kuadran B adalah sebagai berikut:
  - a. Petugas tidak membeda-bedakan perilaku penumpang antar satu sama lain.
  - b. Kelengkapan dan kebersihan dari toilet gerbong Kereta Api Ranggajati.

3. PT. KAI khususnya untuk Kereta Api Ranggajati harus mempertahankan pengelolaan pada aspek yang terdapat pada kuadran C dikarenakan kinerja yang dihasilkan sudah bagus dan dianggap sangat penting menurut para responden. Adapun aspek-aspek yang terdapat pada kuadran C adalah sebagai berikut:
  - a. Transparansi informasi yang jelas tentang tiket Kereta Api Ranggajati, jadwal keberangkatan, gerbong, dan tempat duduk Kereta Api Ranggajati.
  - b. Ketepatan jadwal waktu keberangkatan dan waktu sampai di stasiun tujuan Kereta Api Ranggajati.
  - c. Pelayanan yang di berikan oleh petugas Kereta Api Ranggajati.
  - d. Jaminan keselamatan jiwa penumpang Kereta Api Ranggajati.
  - e. Pelayanan ramah dan sopan.
  - f. Kondisi yang nyaman dari Stasiun keberangkatan Kereta Api Ranggajati.
  - g. Tersedia fasilitas yang di lengkap sesuai dengan kebutuhan para penumpang di dalam gerbong Kereta Api Ranggajati.
  
4. PT. KAI khususnya untuk Kereta Api Ranggajati harus mengurangi pengelolaan pada aspek yang terdapat pada kuadran D dikarenakan aspek yang terdapat pada kuadran D dianggap tidak terlalu penting bagi responden. Adapun aspek-aspek yang terdapat pada kuadran D adalah sebagai berikut:
  - a. Perilaku petugas terhadap para penumpang Kereta Api Ranggajati.
  - b. Penjelasan dan transparansi informasi yang diberikan petugas Kereta Api Ranggajati kepada penumpang.

- c. Petugas Kereta Api Ranggajati memberikan kesan yang baik kepada penumpang.
- d. Penampilan petugas Kereta Api Ranggajati yang rapi.
- e. Jumlah kursi gerbong Kereta Api Ranggajati yang memadai bagi setiap penumpang.

Penulis berharap, saran di atas dapat membantu PT. KAI khususnya untuk Kereta Api Ranggajati untuk meningkatkan kualitas pelayanan terhadap para penumpang.



## DAFTAR PUSAKA

- Daft, Richard L. (2012). *Era Baru Manajemen*. Jakarta: Salemba Empat.
- F. Rozaq, D. T. Istiantara. 2018. *The Customer Service Quality of Railway Station in Yogyakarta*.
- Gaspersz, Vincent. (2001). *Total Quality Management*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Heizer, Jay & Barry Render. (2011). *Manajemen Operasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hardiyansyah. (2011). *Kualitas Pelayanan Publik, Konsep, Dimensi, Indikator, dan Implementasinya*. Yogyakarta: Gava Media.
- Hartono, Subagio & Robin Saputra. (2012). Perceived Service Quality. Perceived Value, Satisfaction, dan Image terhadap Customer Loyalty (Studi Kasus Garuda Indonesia). *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Vol.7(1):42-52.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo.
- Latu, Tavite M., & Andre M. Everett. (2000). Review of Satisfaction Research and Measurement Approaches, Departement of Conservation, Wellington, New Zealand.
- Lwesya Francis, Jaffu Richard. (2017). *Customer Service Quality Management in Public Transport: The Case of Rail Transport in Tanzania*.
- Magal, S.R. & N.M. Lavenburg. (2005). Using Importance-Performance Analysis to Evaluate E-business Strategies among Small Businesses, In the Proceedings of the 38th Hawaii. *International Conference on System Sciences*. pp:1-10. 63
- Martilla, John A., & John C. James. (1977). *Importance-Performance Analysis*. Journal of Marketing. Vol.41(1):77-82.
- Mintzberg, Henry. (2007). *Tracking Strategies: Toward a General Theory*. New York: Oxford University Press Inc.
- Moerir. (2010). *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Bumi Aksara. Jakarta.

- Muda, Yosef Norbertus Tembu. (2014). Tinjauan Teknis Pelayanan Bandar Udara Frans Seda Maumere. *Astikel*. UAJY Yogyakarta.
- Muhammad Kamal Uddin, Mallika De. 2014. *Service Quality of the Bangladesh Railway as Perceived by the Passengers*.
- Prasetya, Hery & Fitri Lukiasuti. (2009). *Manajemen Operasi*. Yogyakarta: Medpress.
- Rangkuti, Freddy. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Resohadiprodjo, Sukanto & Indriyo Gitosudarmo. (2008). *Manajemen Produksi dan Operasi*. Yogyakarta: BPFE UGM.
- Ruslan, Rosady. (2010). *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Santoso. Singgih. (2017). *Metode Penelitian*. Jakarta: Elek Media Komputindo.
- Stevenson. (2011). *Operation Management*. New York: McGraw-Hill.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*. Penerbit Alfabeta. Bandung.
- Syed Muhammad Irfan, Daisy Mui Hung Kee, Saman Shahba. 2012. *Service Quality and Rail Transport in Pakistan: A Passenger Perspective*.
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Yamit, Zulian. (2001). *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Yanbing Fu, Laura Eboli, Gabriella Mazzulla, Yumng Zhang. (2016). *Service Quality in Northern Italy: A multilevel synthetic assessment*.
- Di peroleh pada tanggal 25 Februari 2020, di: [https://id.wikipedia.org/wiki/Kereta\\_api\\_Ranggajati](https://id.wikipedia.org/wiki/Kereta_api_Ranggajati)
- Di peroleh pada tanggal 25 Februari 2020, di: [https://id.wikipedia.org/wiki/Kereta\\_api](https://id.wikipedia.org/wiki/Kereta_api)
- Di peroleh pada tanggal 25 Februari 2020, di: <https://heritage.kai.id/page/sejarah-perkeretapian>
- Di peroleh pada tanggal 25 Februari 2020, di: <http://skripsi-manajemen.blogspot.com/2011/02/pengertian-definisi-kualitas-pelayanan.html>





## KUESIONER PENELITIAN

**Yth. Responden**

**Penumpang Kereta Api Ranggajati**

**Dengan Hormat,**

Saya Hafid Awaluddin mahasiswa dari Universitas Islam Indonesia Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen tahun angkatan 2014 yang sedang menyelesaikan tugas akhir dengan judul **“Evaluasi Kualitas Pelayanan Transportasi Kereta Api Eksekutif Ranggajati dengan Metode *Importance-Performance Analysis*”**.

Dengan kerendahan hati perkenankan saya memohon kepada Bapak/Ibu/Saudara/I agar bersedia meluangkan sedikit waktu untuk menjawab pertanyaan yang tertera di dalam kuesioner ini. Jawaban dari kuesioner ini bersifat rahasia dan hanya digunakan untuk penelitian.

Sekian, atas segala bantuan Bapak/Ibu/Saudara/i saya ucapkan banyak terimakasih.

Hormat Saya,

Hafid Awaluddin

**Identitas Responden**

1. Nama: ..... (boleh di isi atau tidak)
2. Alamat:
3. Jenis Kelamin: a. Pria  
b. Wanita
4. Pendidikan: a. SMA  
b. S1  
c. S2  
d. Lainnya.
5. Pekerjaan: a. Sekolah  
b. Mahasiswa  
c. PNS  
d. Wiraswasta/Swasta
6. Usia: a. 18-24  
b. 25-31  
c. 32-38  
d. 39-45
7. Penghasilan bulanan: a. < Rp 2.000.000  
b. Rp 2.100.000-Rp 2.500.000  
c. Rp 2.600.000-Rp 3.000.000  
d. > Rp 3.100.000
8. Frekuensi menggunakan jasa kereta api dalam setahun: a. 1-3  
b. 4-6  
c. 7-10  
d. >11

**A. Petunjuk Pengisian**

Di bawah ini terdapat pertanyaan-pertanyaan. Saudara di mohon untuk memberi tanda (X) pada salah satu dari empat singkatan yang berada di dalam

kolom di sebelah kanan pertanyaan. Pilihlah jawaban sesuai dengan fakta yang anda alami.

### **KEPENTINGAN (*IMPORTANCE*)**

Adapun kategori yang tertulis di dalam kuesioner kinerja yang di sediakan adalah:

STP: Sangat Tidak Penting (1)      TP: Tidak Penting (2)

P: Penting (3)      SP: Sangat Penting (4)

### **Keandalan (*Reliability*)**

No.	Pertanyaan	STP	TP	P	SP
1.	Transparansi informasi yang jelas tentang tiket Kereta Api Ranggajati, jadwal keberangkatan, gerbong, dan tempat duduk Kereta Api Ranggajati.				
2.	Ketepatan jadwal waktu keberangkatan dan waktu sampai di stasiun tujuan Kereta Api Ranggajati.				
3.	Pelayanan yang di berikan oleh petugas Kereta Api Ranggajati.				

### **Daya Tanggap (*Responsiveness*)**

No.	Pertanyaan	STP	TP	P	SP
1.	Petugas Kereta Api Ranggajati cepat menanggapi tentang keluhan penumpang.				
2.	Petugas Kereta Api Ranggajati cepat				

	menanggapi kebutuhan penumpang.				
3.	Penjelasan dan transparansi informasi yang diberikan petugas Kereta Api Ranggajati kepada penumpang.				

### Jaminan (*Assurance*)

No.	Pertanyaan	STP	TP	P	SP
1.	Jaminan keselamatan jiwa penumpang Kereta Api Ranggajati.				
2.	Jaminan yang di dapatkan penumpang Kereta Api Ranggajati terhadap barang-barang bawaan.				
3.	Perilaku petugas terhadap para penumpang Kereta Api Ranggajati.				

### Empati (*Empathy*)

No.	Pertanyaan	STP	TP	P	SP
1.	Petugas memberikan perhatian kepada setiap penumpang Kereta Api Ranggajati.				
2.	Petugas Kereta Api Ranggajati memberikan kesan yang baik kepada penumpang.				
3.	Komunikasi efektif antar penumpang dan				

	petugas Kereta Api Ranggajati.				
4.	Pelayanan Ramah dan Sopan.				
5.	Petugas tidak membedakan perilaku penumpang antar satu sama lain.				

**Bukti Fisik (*Tangible*)**

No.	Pertanyaan	STP	TP	P	SP
1.	Kondisi yang nyaman dari Stasiun keberangkatan Kereta Api Ranggajati.				
2.	Penampilan petugas Kereta Api Ranggajati yang rapi.				
3.	Tersedia fasilitas yang di lengkap sesuai dengan kebutuhan para penumpang di dalam gerbong Kereta Api Ranggajati.				
4.	Kelengkapan dan kebersihan dari toilet gerbong Kereta Api Ranggajati.				
5.	Jumlah kursi gerbong Kereta Api Ranggajati yang memadai bagi setiap penumpang.				

**KINERJA (*PERFORMANCE*)**

Adapun kategori yang tertulis di dalam kuesioner kinerja yang di sediakan adalah:

STS: Sangat Tidak Setuju (1)                      TS: Tidak Setuju (2)

S: Baik (3)    SS: Sangat Baik (4)

**Keandalan (*Reliability*)**

No.	Pertanyaan	STS	TS	S	SS
1.	Transparansi informasi yang jelas tentang tiket Kereta Api Ranggajati, jadwal keberangkatan, gerbong, dan tempat duduk Kereta Api Ranggajati.				
2.	Ketepatan jadwal waktu keberangkatan dan waktu sampai di stasiun tujuan Kereta Api Ranggajati.				
3.	Pelayanan yang di berikan oleh petugas Kereta Api Ranggajati.				

**Daya Tanggap (*Responsiveness*)**

No.	Pertanyaan	STS	TS	S	SS
1.	Petugas Kereta Api Ranggajati cepat menanggapi tentang keluhan penumpang.				
2.	Petugas Kereta Api Ranggajati cepat menanggapi kebutuhan penumpang.				
3.	Penjelasan dan transparansi informasi yang diberikan petugas Kereta Api Ranggajati kepada penumpang.				

**Jaminan (*Assurance*)**

No.	Pertanyaan	STS	TS	S	SS
1.	Jaminan keselamatan jiwa penumpang Kereta Api Ranggajati.				
2.	Jaminan yang di dapatkan penumpang Kereta Api Ranggajati terhadap barang-barang bawaan.				
3.	Perilaku petugas terhadap para penumpang Kereta Api Ranggajati.				

### Empati (*Empathy*)

No.	Pertanyaan	STS	TS	S	SS
1.	Petugas memberikan perhatian kepada setiap penumpang Kereta Api Ranggajati.				
2.	Petugas Kereta Api Ranggajati memberikan kesan yang baik kepada penumpang.				
3.	Komunikasi efektif antar penumpang dan petugas Kereta Api Ranggajati.				
4.	Pelayanan Ramah dan Sopan.				
5.	Petugas tidak membedakan perilaku penumpang antar satu sama lain.				

### Bukti Fisik (*Tangible*)

No.	Pertanyaan	STS	TS	S	SS
1.	Kondisi yang nyaman dari Stasiun keberangkatan Kereta Api Ranggajati.				
2.	Penampilan petugas Kereta Api				



	Ranggajati yang rapi.				
3.	Tersedia fasilitas yang di lengkap sesuai dengan kebutuhan para penumpang di dalam gerbong Kereta Api Ranggajati.				
4.	Kelengkapan dan kebersihan dari toilet gerbong Kereta Api Ranggajati.				
5.	Jumlah kursi gerbong Kereta Api Ranggajati yang memadai bagi setiap penumpang.				



## HASIL PENELITIAN DAN OLAH DATA

### Lampiran 3: Uji Validitas dan Reliabilitas

#### 1. Lampiran Variabel X (...)

##### a. X1

##### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	100	100,0

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

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,846	3

##### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	6,84	1,186	,706	,796
X2.2	6,86	1,273	,688	,810

X3.3	6,84	1,307	,754	,753
------	------	-------	------	------

## b. X2

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	100	100,0

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,869	3

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	6,82	1,179	,692	,900
X2.2	6,78	1,345	,828	,752
X3.3	6,72	1,456	,772	,807

**c. X3**

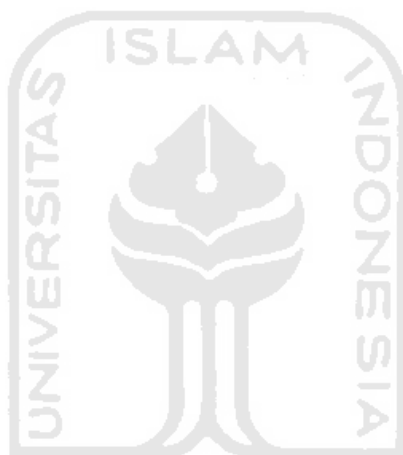
**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	100	100,0

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,774	3



**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	6,77	1,149	,646	,654
X3.2	6,88	1,076	,671	,625
X3.3	6,75	1,462	,528	,780

**d. X4**  
**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	100	100,0

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,862	5

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X4.1	13,53	4,696	,700	,829
X4.2	13,46	4,554	,766	,812
X4.3	13,54	4,837	,621	,848
X4.4	13,45	4,674	,711	,826
X4.5	13,50	4,556	,622	,851

## e. X5

## Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	100	100,0

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

## Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,858	5

## Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X5.1	13,72	3,961	,735	,813
X5.2	13,72	4,365	,568	,855
X5.3	13,71	4,107	,747	,812
X5.4	13,82	3,927	,677	,829
X5.5	13,71	4,127	,654	,834

## 2. Lampiran Variabel Y (....)

### a. Y1

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	100	100,0

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

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,672	3

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1.1	7,36	,637	,489	,572
Y1.2	7,34	,691	,468	,600
Y1.3	7,44	,592	,500	,557

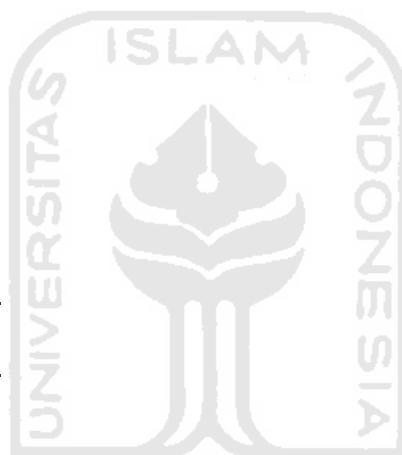
**b. Y2**  
**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	100	100,0

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,753	3



**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y2.1	6,92	1,327	,527	,729
Y2.2	6,87	1,145	,690	,543
Y2.3	6,81	1,206	,536	,726



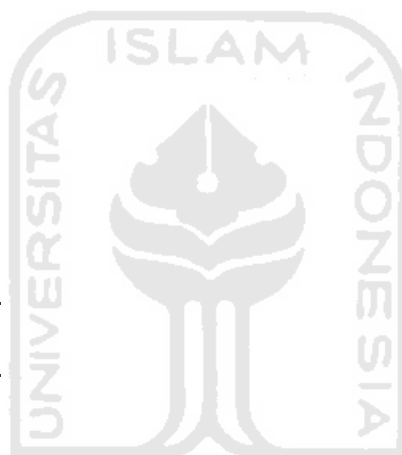
**c. Y3**  
**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	100	100,0

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,752	3



**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y3.1	7,01	1,202	,592	,656
Y3.2	7,15	1,159	,634	,605
Y3.3	7,14	1,374	,520	,735

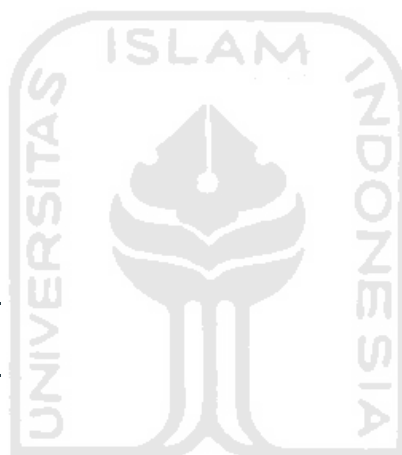
**d. Y4**  
**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	100	100,0

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,829	5



**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y4.1	14,01	4,010	,633	,792
Y4.2	13,90	4,030	,640	,790
Y4.3	14,02	3,838	,672	,781
Y4.4	13,68	4,785	,483	,830
Y4.5	13,75	4,048	,709	,771

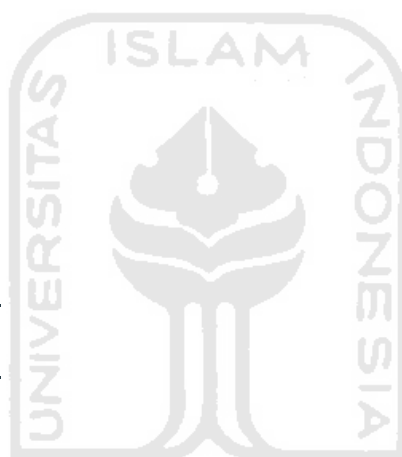
**e. Y5**  
**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	100	100,0

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,787	5

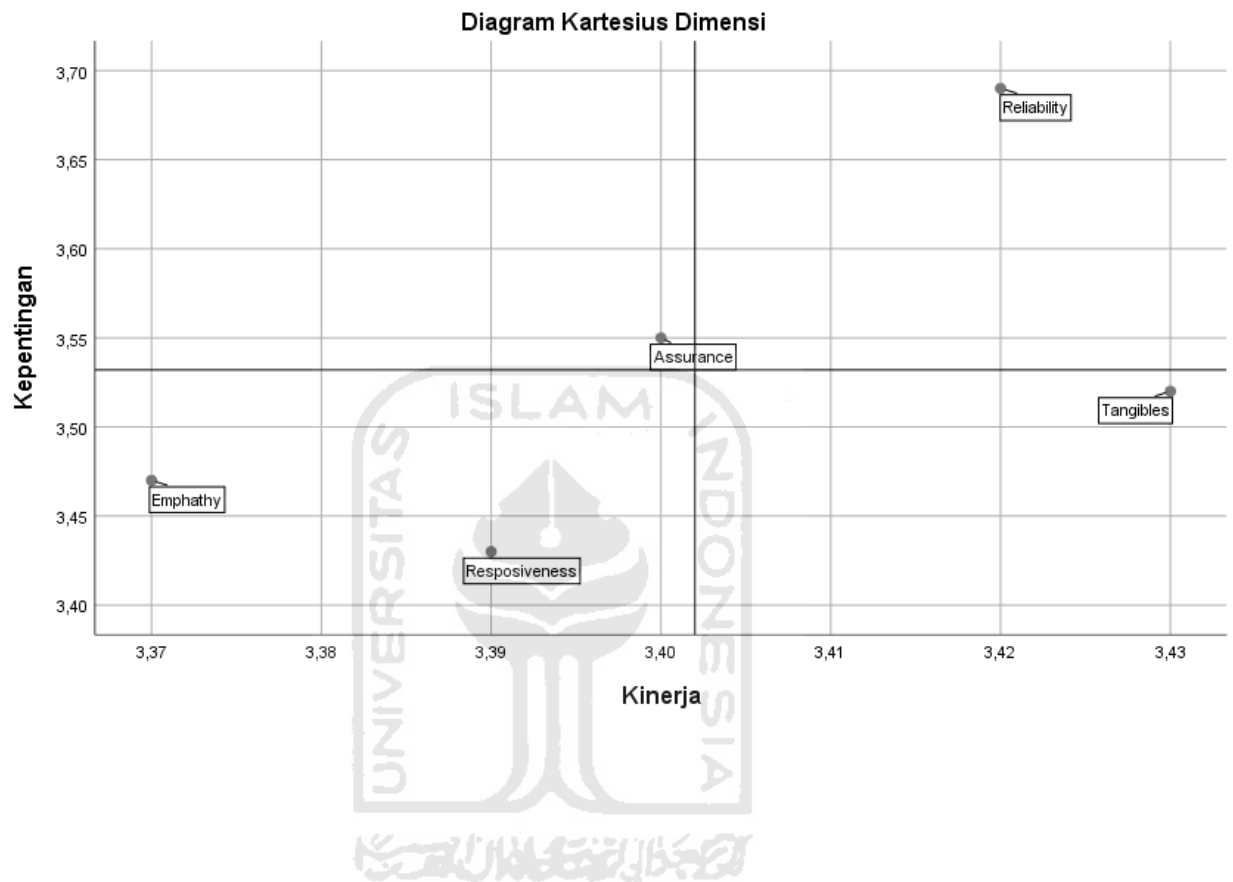


**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y5.1	14,05	3,684	,497	,767
Y5.2	14,15	3,644	,491	,769
Y5.3	14,08	3,347	,678	,711
Y5.4	14,02	3,474	,517	,762
Y5.5	14,14	3,071	,648	,717

## A. Lampiran Diagram kartesius

### 1. Diagram Kartesius Dimensi



## 2. Diagram Kartesius Items

