

Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kinerja Perusahaan
pada Jasa Transportasi PT Kereta Api Indonesia

SKRIPSI



Disusun Oleh :

Nama : Isnaini Nur Hasanah
Nomor Mahasiswa : 15311124
Jurusan : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Operasional

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2019

Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kinerja Perusahaan pada Jasa
Transportasi PT Kereta Api Indonesia

SKRIPSI

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



Oleh :

Nama : Isnaini Nur Hasanah

Nomor Mahasiswa : 15311124

Program Studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Operasional

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA
2019

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

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

Yogyakarta, 22 April 2019

Penulis,



Isnaini Nur Hasanah


Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kinerja Perusahaan pada Jasa
Transportasi PT Kereta Api Indonesia

Nama : Isnaini Nur Hasanah
NIM : 15311124
Jurusan : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Operasional



Yogyakarta, 22 April 2019

Telah disetujui dan disahkan dosen pembimbing


(Siti Nurul Ngaini, Dra., M.M.)

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN
PADA JASA TRANSPORTASI PT. KERETA API INDONESIA**

Disusun Oleh : **ISNAINI NUR HASANAH**

Nomor Mahasiswa : **15311124**

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

Pada hari Selasa, tanggal: 14 Mei 2019

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

Penguji : Moch. Nasito, Drs., MM.



Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia



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

MOTTO

Man Jadda Wa Jadda

Barang siapa yang bersungguh - sungguh akan mendapatkannya

Get Ready? Showtime!



HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillahilalamin. Terimakasih kepada Ayahanda dan Ibunda tercinta, atas segala doa yang dipanjatkan serta dukungan yang tidak pernah putus baik dalam bentuk materi maupun moril. Karya ini saya persembahkan untuk kalian, sebagai wujud rasa terima kasih atas pengorbanan dan jerih payah kalian sehingga saya dapat menggapai cita-cita.

Kelak cita-cita saya ini akan menjadi persembahan yang paling mulia untuk Ayah dan Ibu, dan semoga dapat membahagiakan kalian.



*Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kinerja Perusahaan pada Jasa
Transportasi PT Kereta Api Indonesia*

Isnaini Nur Hasanah
Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia.
Email: isnadio94@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kinerja perusahaan pada jasa transportasi PT Kereta Api Indonesia. Populasi dari penelitian ini adalah orang - orang yang pernah menggunakan jasa layanan PT KAI dengan jumlah sampel sebanyak 96. Teknik pengambilan sampling dalam penelitian ini adalah *non random* dengan cara *accidental sampling*. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan alat SPSS. Hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa ada pengaruh *train tangibles*, *station tangibles*, *reliability*, *emphaty*, *image* secara simultan terhadap kinerja perusahaan, *train tangibles* berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan, *station tangibles* berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan, tidak ada pengaruh *personnel* terhadap kinerja perusahaan, *reliability* berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan, *empathy* berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan, *image* berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan, dan *empathy* merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap Kinerja Perusahaan

Kata kunci: kualitas pelayanan, kinerja perusahaan, jasa transportasi

*Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kinerja Perusahaan pada Jasa
Transportasi PT Kereta Api Indonesia*

Isnaini Nur Hasanah

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia.

Email: isnadio94@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of service quality on company performance in PT Kereta Api Indonesia's transportation services. The population of this study were people who had used PT KAI services with a total sample of 96. The sampling technique in this study was non-random by accidental sampling. Testing the hypothesis in this study using SPSS tools. The results of this study prove that there are influences of tangibles train, station tangibles, reliability, empathy, simultaneous image on company performance, train tangibles have a positive effect on company performance, station tangibles have a positive effect on company performance, no personnel influence on company performance, reliability positive effect on company performance, empathy has a positive effect on company performance, image has a positive effect on company performance, and empathy is the most influential variable on company performance.

Keyword : Service quality, company performance, transportation service

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum. Wr. Wb.

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT atas berkat, rahmat dan hidayah-Nya sehingga skripsi yang berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kinerja Perusahaan pada Jasa Transportasi PT Kereta Api Indonesia” ini dapat diselesaikan sesuai waktu yang telah direncanakan. Penelitian ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

Penulis menyadari bahwa selama persiapan, penyusunan, hingga terselesainya skripsi ini, tidak lepas dari bantuan, dukungan dan bimbingan berbagai pihak untuk memperlancar jalannya pengerjaan skripsi ini. Untuk itu dengan ketulusan dan kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT atas segala berkat dan karunia yang diberikan-Nya kepada penulis yang telah melimpahkan kesehatan serta kelancaran sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.
2. Bapak Jaka Sriyana, SE., M.Si Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
3. Bapak Anjar Priyono, SE., M.Si., Ph.D. selaku Ketua Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
4. Ibu Siti Nurul Ngaini, Dra., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing penulis, memberikan ilmu dan

arahan dengan sangat sabar kepada penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.

5. Kedua orang tua, Bowo Hartono dan Aristini Indasah yang selalu memberikan kasih sayangnya tiada henti kepada penulis, doa-doa terbaiknya yang tidak pernah putus untuk penulis, pengorbanan yang luar biasa untuk penulis, dukungan yang selalu diberikan kepada penulis, dan ketulusannya kepada penulis. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan rahmat dan ridho-Nya.
6. Kakakku tercinta Luthfi Dian Ratnasari yang telah membantu dan membimbing penulis ketika penulis kesusahan dalam mengerjakan skripsi.
7. Mucchamad Arifin Wijaya yang selalu memberi support dan meluangkan waktunya untuk menyusun skripsi bersama. Sukses selalu untuk kita berdua.
8. Sahabat-sahabatku sejak balita; Aprines Hersusanda Rachim, Zhafira Syarafina, Rizma Yunisa Widanti, dan Linda Marcella. Terimakasih sudah tumbuh bersama dan tidak meninggalkanku *thru ups and down*.
9. Teman-teman perkuliahanku, Natitadiana Naomi, Dira Sasadara, Karina Ardianti, Putri Novita Sari, Rafida Nurainy, Deapina, Putri Renasari, dan Bonita. Terimakasih sudah mewarnai masa-masa perkuliahanku dan menjadi teman belajarku selama kuliah.
10. Manajemen dan teman-teman SINERGI Coworking Space, terimakasih atas kesempatan dan pengalaman barunya.
11. Sobat iKONic-ku, Koo Junhoe's yeoja chingu; Deapina Suryaputranti.

12. *Last but not least*, yang selalu menghiburku, menginspirasiku, menghilangkan rasa lelah dan penatku melalui lagu-lagunya, iKON, terimakasih.



DAFTAR ISI

| | |
|---|------|
| HALAMAN SAMPUL | i |
| HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI | iii |
| HALAMAN MOTTO | iv |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | v |
| ABSTRAK | vi |
| ABSTRACT | vii |
| KATA PENGANTAR | viii |
| DAFTAR ISI | xii |
| DAFTAR TABEL | xv |
| DAFTAR GAMBAR | xvi |
| DAFTAR LAMPIRAN | xvi |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 5 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 5 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 6 |



| | |
|--|----|
| BAB II KAJIAN PUSTAKA | 7 |
| 2.1 Landasan Teori..... | 7 |
| 2.1.1 Konsep Kualitas | 7 |
| 2.1.2 Kualitas Layanan..... | 8 |
| 2.1.3 Kinerja Perusahaan | 15 |
| 2.2 Penelitian terdahulu | 18 |
| 2.3 Kerangka Pemikiran..... | 22 |
| 2.4 Hipotesis | 22 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 24 |
| 3.1 Lokasi Penelitian..... | 24 |
| 3.2 Populasi dan Sampel | 24 |
| 3.2.1 Populasi | 24 |
| 3.2.2 Sampel | 24 |
| 3.2.2.1 Metode Pengambilan Sampel | 25 |
| 3.3 Variabel dan Definisi Operasional..... | 26 |
| 3.3.1 Variabel Independen..... | 27 |
| 3.3.2 Variabel Dependen | 30 |
| 3.4 Jenis dan Teknik Pengumpulan Data..... | 30 |
| 3.4.1 Metode Pengumpulan Data | 31 |
| 3.5. Pengujian Instrumen | 32 |

| | |
|--|-----------|
| 3.5.1 Validitas | 32 |
| 3.5.2 Reliabilitas..... | 33 |
| 3.6 Analisis Data..... | 31 |
| 3.6.1 Analisis Data Deskriptif..... | 31 |
| 3.6.2 Analisis Data Kuantitatif..... | 32 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | 41 |
| 4.1 Gambaran Lokasi Penelitian | 41 |
| 4.2 Karakteristik Responden..... | 41 |
| 4.2.1 Jenis Kelamin Responden PT Kereta Api Indonesia..... | 41 |
| 4.2.2 Usia Responden PT Kereta Api Indonesia..... | 42 |
| 4.2.3 Pendidikan Terakhir Responden PT Kereta Api Indonesia..... | 42 |
| 4.2.4 Jumlah Penggunaan PT Kereta Api Indonesia..... | 43 |
| 4.2.5 Deskripsi Data Variabel Penelitian | 43 |
| 4.3 Uji Instrumen Validitas dan Reliabilitas | 50 |
| 4.3.1 Uji Validitas | 50 |
| 4.3.2 Uji Realibilitas | 52 |
| 4.4 Analisis Asumsi Klasik..... | 53 |
| 4.4.1 Uji Normalitas..... | 53 |
| 4.4.2 Uji Multikolinieritas..... | 53 |

| | |
|--|----|
| 4.4.2 Uji Heteroskedasitas..... | 54 |
| 4.5 Analisis Hipotesis | 55 |
| 4.5.1 Hasil Regresi Linear Berganda | 55 |
| 4.5.2 Pengujian Hipotesis Parsial (Uji t)..... | 57 |
| 4.5.3 Pengujian Hipotesis Simultan (Uji F) | 59 |
| 4.5.4 Koefisien Determinasi (<i>r square</i>)..... | 60 |
| 4.5.5 Penentuan Variabel yang Paling Dominan..... | 60 |
| 4.6 Pembahasan..... | 60 |
| BAB V KESIMPULAN & SARAN | 70 |
| 5.1 Kesimpulan | 70 |
| 5.2 Saran | 72 |
| DAFTAR PUSTAKA | 73 |
| LAMPIRAN | 76 |



DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 4.1 Jenis Kelamin Konsumen PT. KAI..... | 41 |
| Tabel 4.2 Usia Konsumen PT. KAI | 42 |
| Tabel 4.3 Pendidikan Terakhir Konsumen PT.KAI..... | 42 |
| Tabel 4.4 Jumlah Penggunaan Konsumen PT. KAI | 43 |
| Tabel 4.5 <i>Train Tangibles</i> | 44 |

| | |
|---|----|
| Tabel 4.6 <i>Station Tangibles</i> | 45 |
| Tabel 4.7 <i>Personnel</i> | 46 |
| Tabel 4.8 <i>Reliability</i> | 47 |
| Tabel 4.9 <i>Empathy</i> | 48 |
| Tabel 4.10 <i>Image</i> | 48 |
| Tabel 4.11 Kinerja Perusahaan | 49 |
| Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas | 51 |
| Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas..... | 52 |
| Tabel 4.14 Uji Normalitas..... | 53 |
| Tabel 4.15 Uji Multikolinieritas..... | 53 |
| Tabel 4.16 Uji Heterokedastisitas..... | 54 |
| Tabel 4.17 Hasil Uji Regresi Linear Berganda..... | 55 |
| Tabel 4.18 Hasil Uji t..... | 58 |
| Tabel 4.20 Hasil Uji Dominan | 60 |



DAFTAR GAMBAR

| | |
|------------------------------------|----|
| Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran..... | 22 |
|------------------------------------|----|

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|--|----|
| Lampiran Kuesioner..... | 77 |
| Lampiran Karakteristik Responden | 83 |

| | |
|---|----|
| Lampiran Uji Deskriptif..... | 90 |
| Lampiran Uji Normalitas | 91 |
| Lampiran Uji Multikolinieritas | 92 |
| Lampiran Uji Heterokedasitas | 93 |
| Lampiran Analisis Regresi Linear Berganda | 94 |
| Lampiran Uji Validitas dan Reliabilitas..... | 95 |



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dewasa ini, perkembangan berbagai usaha dan bisnis semakin maju. Hal tersebut menyebabkan timbulnya persaingan yang ketat antara suatu bisnis dengan bisnis lainnya. Berbagai lini industri saling bersaing dalam memberikan kualitas pelayanan yang baik bagi konsumen serta memberikan kesan baik di benak konsumen sehingga terjadi peningkatan dalam kinerja perusahaan. Persaingan usaha yang ketat mengharuskan perusahaan untuk lebih fokus kepada kebutuhan yang diinginkan oleh konsumen. Perusahaan mulai mengubah pola pikir yang semula berorientasi pada keuntungan ke arah faktor-faktor potensial lainnya seperti kepuasan pelanggan dan kepentingan pelanggan menjadi faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan (Dyantina et al., 2017). Dalam menyikapi persaingan tersebut, suatu bisnis harus memberikan keunggulan pada harga maupun kualitasnya. Kualitas menjadi salah satu andalan bagi perusahaan untuk bersaing. Untuk meraih potensi maksimal dalam suatu bisnis, dibutuhkan jasa transportasi yang akan memudahkan proses distribusi.

Transportasi juga digunakan untuk memudahkan manusia dalam melakukan aktivitas sehari-hari seperti berangkat sekolah, melakukan pekerjaan, berwisata, maupun perjalanan bisnis. Dalam melakukan aktivitas sehari-hari, transportasi digunakan masyarakat guna mempermudah serta

mempersingkat waktu menuju tempat tujuan. Terdapat bermacam-macam transportasi yang dapat digunakan masyarakat baik melalui darat, laut, maupun udara. Untuk menempuh jarak dekat masyarakat dapat menggunakan transportasi seperti sepeda, motor, mobil, busway, dan taksi. Dalam menempuh jarak jauh masyarakat dapat menggunakan pesawat yang melaju melalui udara, kapal yang melaju melalui laut, kereta api dan bus antarkota yang berada di darat.

Bisnis jasa transportasi meningkat seiring dengan besarnya peranan transportasi bagi masyarakat dan berbagai industri. Pada era globalisasi ini masyarakat membutuhkan jasa transportasi yang aman, cepat, dan nyaman. Kereta api menjadi salah satu jasa transportasi yang banyak dipilih oleh masyarakat (Sholihah, Neny Mita) mempunyai karakteristik pengangkutan secara massal dan unggulan sendiri, PT Kereta Api Indonesia (disingkat PT. KAI) perlu di kembangkan potensi dan ditingkatkan peranan sebagai penghubung wilayah-wilayah baik nasional maupun internasional, sebagai penunjang, pendorong, dan penggerak pembangunan demi meningkatkan kesejahteraan rakyat. Oleh karena itu PT KAI sebagai salah satu unit pelayanan publik memiliki kewajiban untuk memberikan pelayanan yang baik dan memuaskan bagi masyarakat.

PT. KAI merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang pelayanan jasa angkutan kereta api meliputi angkutan penumpang dan barang. sejak tahun 1998 perusahaan ini berbentuk PT (Persero). Memiliki slogan “Anda adalah Prioritas Kami”, PT KAI

menawarkan berbagai fasilitas untuk para penumpang salah satunya yaitu *customer service on train* yang menemani perjalanan penumpang kereta api serta siap menerima kritik, saran, komplain guna memenuhi kebutuhan pelanggan akan pelayanan yang prima.

Seiring dengan meningkatnya kebutuhan dan permintaan konsumen, keadaan tersebut mengharuskan PT KAI untuk mempertahankan kelangsungan bisnisnya dengan cara meningkatkan kualitas layanan. Nasution (2004: 47) menyatakan, kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta ketetapan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Dalam menentukan kualitas jasa, terdapat lima dimensi kualitas jasa yang telah dikemukakan oleh Parasuraman et. al. (1998) yaitu terdiri dari dimensi *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*. Kelima dimensi kualitas menurut Parasuraman ini sangat mempengaruhi kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen ini akan meningkat jika PT KAI memberikan fasilitas fisik yang memadai (*tangibles*), menepati janji kepada konsumen (*reliability*), memiliki karyawan yang sigap dan siap dalam memberikan jasa kepada konsumen (*responsiveness*), memberikan rasa percaya dari karyawan (*assurance*), dan memberikan perhatian yang tulus dengan memahami konsumen (*empathy*). Dampak dari kepuasan konsumen tadi mampu meningkatkan kinerja perusahaan. Berdasarkan penelitian Farooq et al. (2017) yang mengimplementasikan kualitas layanan pada transportasi udara yaitu Malaysia Airlines dengan hasil bahwa Malaysia Airlines harus fokus

pada strategi diferensiasi layanan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan mereka, maka penelitian ini bermaksud untuk menerapkan kualitas layanan di bidang transportasi kereta api. Dalam dunia transportasi, Ekiz et al. (2006) menerapkan dimensi kualitas layanan kedalam perusahaan transportasi udara yaitu pesawat yang dinamakan AIRQUAL. AIRQUAL terdiri dari 5 dimensi yaitu *airline tangibles*, *terminal tangibles*, *personnel services*, *empathy*, dan *image*. Sedangkan dalam dunia transportasi darat yaitu kereta api, Astogini (2010) mengimplementasikan kelima dimensi AIRQUAL kedalam jasa PT KA Purwojaya yang terdiri dari enam dimensi yaitu *train tangibles*, *station tangibles*, *personnel*, *reliability*, *empathy*, dan *image*. Kualitas layanan yang maksimal diharapkan mampu meningkatkan kinerja perusahaan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka penelitian ini berjudul “**Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kinerja Perusahaan pada Jasa Transportasi PT Kereta Api Indonesia**”

1.2 Rumusan masalah

1. Seberapa besar kualitas layanan (dimensi *train tangibles*, dimensi *station tangibles*, dimensi *personnel*, dimensi *reliability*, dimensi *empathy*, dan dimensi *image*) secara bersama-sama mempengaruhi kinerja perusahaan?
2. Seberapa besar kualitas layanan (dimensi *train tangibles*, dimensi *station tangibles*, dimensi *personnel*, dimensi *reliability*, dimensi *empathy*, dan dimensi *image*) secara parsial mempengaruhi kinerja perusahaan?

3. Dari keenam dimensi kualitas layanan tersebut, manakah dimensi yang paling dominan pengaruhnya terhadap kinerja perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah kualitas layanan suatu perusahaan (dimensi *train tangibles*, dimensi *station tangibles*, dimensi *personnel*, dimensi *reliability*, dimensi *empathy*, dan dimensi *image*) secara bersama-sama akan mempengaruhi kinerja perusahaan.
2. Untuk mengetahui apakah kualitas layanan suatu perusahaan (dimensi *train tangibles*, dimensi *station tangibles*, dimensi *personnel*, dimensi *reliability*, dimensi *empathy*, dan dimensi *image*) secara parsial akan mempengaruhi kinerja perusahaan.
3. Untuk mengetahui dimensi kualitas layanan yang paling dominan pengaruhnya terhadap kinerja perusahaan.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai wacana dalam khasanah ilmu ekonomi khususnya bidang manajemen operasi.

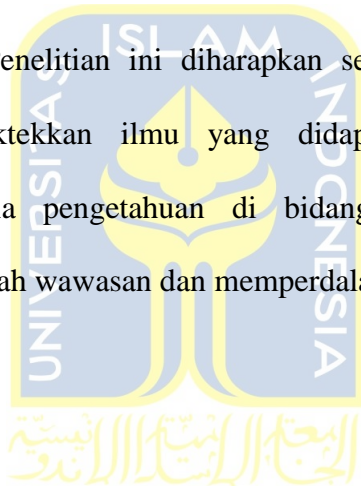
2. Manfaat Praktis

- **Bagi perusahaan**

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber informasi mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja perusahaan sehingga diharapkan mampu memberi manfaat bagi perusahaan mengenai pentingnya pengawasan kualitas untuk menjaga mutu atau kualitas produk dan layanan yang akan dihasilkan.

- **Bagi peneliti dan kalangan akademik**

Penelitian ini diharapkan sebagai salah satu cara untuk mempraktekkan ilmu yang didapat dan untuk memperluas cakrawala pengetahuan di bidang manajemen operasi serta menambah wawasan dan memperdalam ilmu pengetahuan.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Konsep Kualitas

Kinerja suatu perusahaan ditentukan oleh faktor utama yaitu kualitas barang dan jasa yang dihasilkan. Produk dan jasa bisa dikatakan berkualitas apabila produk dan jasa tersebut sesuai dengan apa yang diinginkan konsumennya. Oleh karena itu, perusahaan perlu untuk mengenal konsumen atau pelanggannya serta mengetahui keinginan dan kebutuhannya.

Menurut Edvarsson (1988, 91) dalam Griselda (2007) kualitas merupakan bagaimana cara untuk mencari tahu apa yang menciptakan nilai bagi konsumen serta perusahaan harus memberikan nilai tersebut. Oleh karena itu perusahaan perlu mengerti konsumen serta bagaimana mendefinisikan keinginan konsumen tersebut dengan benar. Supranto (2006) menyatakan bahwa kualitas adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik. Kelebihan dari produk jasa tergantung dari kualitas serta keunikan yang diperhatikan oleh jasa tersebut, apakah sesuai dengan yang diharapkan dan keinginan pelanggan. Sedangkan menurut Goetch dan Davis (1995) kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang memiliki keterkaitan dengan pelayanan, produk, proses, orang, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi apa yang diharapkan. Berbeda dengan Scherckenbach (1991) yang

mengemukakan bahwa konsumen menentukan kualitas; konsumen menginginkan produk dan jasa yang sesuai dengan kebutuhan dan harapannya pada suatu tingkat harga tertentu yang menunjukkan nilai produk tersebut. Menurut W. Edwards Deming (dikutip dalam Zulian Yamit, 2004:7) mendefinisikan kualitas sebagai apapun yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen. Menurut Philip B. Crosby (dikutip dalam Zulian Yamit, 2004:7) mempersepsikan kualitas sebagai nihil cacat, kesempurnaan dan kesesuaian terhadap persyaratan. Sedangkan pengertian kualitas menurut *Heizer* dan *Render* (2001:171) mendefinisikan kualitas sebagai kemampuan jasa atau produk dalam memenuhi kebutuhan pelanggan.

Istilah kualitas memiliki peran penting bagi suatu perusahaan. Russel dan Taylor (1996) mengidentifikasi enam peran pentingnya kualitas, yaitu: (1) meningkatkan reputasi perusahaan, (2) menurunkan biaya, (3) meningkatkan pangsa pasar, (4) dampak internasional, (5) adanya pertanggungjawaban produk, (6) untuk penampilan produk, dan (7) mewujudkan kualitas yang dirasakan penting.

2.1.2 Kualitas Layanan

Tjiptono (dalam Aditya, 2011 : 23) mengemukakan bahwa sesuatu yang dipersepsikan oleh pelanggan merupakan kualitas jasa. Pelanggan akan menilai kualitas dari sebuah jasa tersebut yang dirasakan atas dasar apa yang mereka gambarkan dalam benak mereka. Pelanggan akan

beranjak ke penyedia jasa lain yang mampu memberikan layanan yang lebih baik dan lebih memahami kebutuhan spesifik pelanggan. Lovelock dan Wirtz (2007:418) mengemukakan bahwa kualitas layanan merupakan evaluasi kognitif jangka panjang dari pelanggan terhadap penyampaian layanan dari suatu perusahaan. Kualitas pelayanan (*service quality*) mampu diketahui melalui perbandingan dari tanggapan para konsumen atas pelayanan yang secara nyata mereka peroleh atau terima dengan pelayanan yang benar-benar mereka harapkan dan inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Jika harapan sesuai dengan jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*), maka kualitas pelayanan mendapatkan tanggapan yang baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan mendapatkan tanggapan yang sangat baik serta berkualitas. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan mendapatkan tanggapan yang buruk. Pelayanan terbaik pada pelanggan (*excellent*) dan tingkat kualitas pelayanan merupakan cara terbaik yang konsisten untuk dapat mempertemukan harapan konsumen (Collier, 1987 dikutip oleh Zulian Yamit, 2005)

Menurut Garvin (1996), pada industri jasa terdapat 10 dimensi kualitas yaitu:

1. *Communication*

Komunikasi atau hubungan yang terjadi antara pemberi jasa dengan penerima jasa

2. *Credibility*

Rasa percaya dari pihak penerima jasa terhadap pemberi jasa

3. *Security*

Rasa aman terhadap jasa yang ditawarkan

4. *Knowing the customer*

Pengertian dari pihak pemberi jasa kepada penerima jasa atau pemahaman pemberi jasa terhadap kebutuhan dan harapan pemakai jasa.

5. *Tangibles*

Ukuran atau standar dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.

6. *Reliability*

Keselarasan kerja pemberi jasa dan kemampuan pemberi jasa dalam memenuhi janji para penerima jasa.

7. *Responsiveness*

Tanggapan dari pemberi jasa terhadap kebutuhan serta harapan penerima jasa

8. *Competence*



Keterampilan atau kemampuan pemberi jasa yang dibutuhkan tiap orang dalam perusahaan guna memberikan jasanya kepada penerima jasa

9. *Access*

Kemudahan pelanggan atau penerima jasa dalam menghubungi pemberi jasa.

10. *Courtesy*

Kesopanan, perhatian, *respect*, serta kesamaan dalam hubungan personal.

Tujuh dimensi dasar dari kualitas menurut Sunarto (2003:244) yaitu:

1. Kinerja

Merupakan tingkat absolut kinerja barang atau jasa pada atribut kunci yang diidentifikasi para pelanggan.

2. Interaksi Pegawai

Yaitu seperti sikap yang supel, respek, serta empati yang ditunjukkan oleh masyarakat yang memberikan barang atau jasa.

3. Keandalan

Merupakan tingkat konsistensi kinerja barang, jasa, dan toko.



4. Daya Tahan

Yaitu rentan kehidupan produk serta kekuatan umum.

5. Ketepatan Waktu dan Kenyamanan

Yaitu seberapa cepat produk diserahkan atau diperbaiki, seberapa cepat produk informasi atau jasa diberikan.

6. Estetika

Lebih pada penampilan fisik barang atau toko serta daya tarik dari penyajian jasa.

7. Kesadaran akan Merek

Merupakan dampak negatif atau positif tambahan atas kualitas yang tampak, yang mengenal merek atau nama toko atas penilaian pelanggan.

Parasuraman et al. (1985) mengartikulasikan lima dimensi kualitas layanan yaitu *tangibles* yang berarti fokus pada elemen-elemen yang menampilkan pelayanan secara fisik, *reliability* yang berarti kemampuan dalam memberikan pelayanan yang secara tepat sesuai dengan apa yang telah dijanjikan, *responsiveness* yang berarti kemauan untuk memberikan dan membantu pelayananan secara cepat, *assurance* yang berarti kemampuan untuk melahirkan keyakinan serta kepercayaan pada diri pelanggan yang dimaksudkan guna menciptakan kepercayaan para

pelanggan kepada perusahaan, dan *empathy* yang berarti berfokus pada memberikan perhatian yang tulus dan bersifat pribadi kepada pelanggan. Lima dimensi tadi kemudian dimasukkan kedalam model SERVQUAL. Model SERVQUAL telah diakui secara luas oleh akademisi, peneliti, dan praktisi di berbagai bidang dan berbagai negara (Butt and Run, 2010; Farooq, 2016; Lee-Ross, 2008). SERVQUAL menawarkan skala pengukuran yang komprehensif dengan implikasi praktis untuk kualitas layanan yang dirasakan pelanggan (Parasuraman et al., 1994). Park et al. (2005) menegaskan bahwa hanya lima dimensi skala SERVQUAL yang tidak cocok untuk mengukur semua dimensi kualitas layanan dalam industri penerbangan karena mereka tidak melibatkan industri spesifik (yaitu industri penerbangan) aspek kualitas layana.

Lebih lanjut Park et al. (2005) juga menganalisis kualitas layanan dari maskapai penerbangan dengan hanya melibatkan beberapa dimensi kualitas layanan, yaitu *reliability of customer service*, *convenience of accessibility*, dan *quality of in-flight services*. Ekiz dkk. (2006) mempresentasikan model yang komprehensif, bernama AIRQUAL untuk menilai kualitas layanan dari maskapai penerbangan. Dalam Model AIRQUAL ini terdapat lima dimensi, yaitu:

1. *Airline tangibles*
2. *Terminal tangibles*
3. *Personnel service*

4. *Empathy*

5. *Picture*

Kelima dimesi tersebut yakni *airline tangibles*, *terminal tangibles*, *personnel service*, *empathy*, dan *picture* telah sukses digunakan guna mengukur persepsi kualitas jasa dari pelanggan "North Cyprus Airlines". Astogini (2010) mengimplementasikan model AIRQUAL kedalam jasa perusahaan kereta api, yang menghasilkan 6 aspek yaitu:

1. TTANG (*train tangibles*)

Dimensi *train tangibles* ini mudah ditemui dan terlihat oleh pelanggan melalui segi performa sarana kereta api yang mampu diakses oleh panca indera pelanggan yakni bentuk, tampilan, kebersihan, dll.

2. STANG (*station tangibles*)

Dimensi ini merupakan segala bentuk visibilitas yang dapat ditemui oleh pelanggan disaat keberadaanya di stasiun seperti tersedianya ruang tunggu yang bersih, nyaman, rapi, serta kelengkapan peralatan komunikasi dan penampilan personel.

3. PER (*personnel*)

Adalah aspek tersedianya hubungan yang kuat dari sebuah ikatan satu individu (*interpersonal trust*), dengan organisasi (*organizational*

trust), atau antara satu individu dengan organisasi (*inter* atau – *intra organisasi trust*).

4. REL (*reliability*)

Mencakup tingkat keandalan pelayanan perusahaan kereta api dalam memberikan pelayanan kepada konsumennya. Semakin pelayanan bisa diandalkan oleh konsumen, maka tingkat kesenangan konsumen akan makin tinggi.

5. EMP (*empathy*)

Meliputi komunikasi yang baik, perhatian dan memahami pelanggan, serta kemudahan dalam menjalin hubungan dengan konsumen.

6. IMG (*image*)

Meliputi segala bentuk visualisasi yang mampu menimbulkan kesan bagi para pelanggan.

2.1.3 Kinerja Perusahaan

Perusahaan adalah suatu bentuk entitas dimana terjadi suatu kesatuan yang berasal dari berbagai kinerja operasional dan fungsi yang bekerja secara sistematis untuk mencapai tujuan tertentu. Salah satu cara untuk mengetahui apakah suatu perusahaan telah sesuai dalam menjalankan operasinya dengan rencana yang telah ditetapkan dan sesuai

dengan tujuan adalah dengan mengetahui dari kinerja perusahaan tersebut.
(Bukhori, 2012)

Mulyadi (2007:159) mengungkapkan bahwa kinerja merupakan gambaran mengenai tingkat pencapaian pada pelaksanaan suatu kegiatan atau program atau kebijakan dalam mewujudkan sasaran, tujuan, melaksanakan misi, guna mencapai visi organisasi. Adanya perbaikan kualitas dari periode ke periode, dapat meningkatkan profitabilitas dan kinerja perusahaan. Hal ini memerlukan sistem manajemen kualitas yang terarah yang secara keseluruhan akan meningkatkan kinerja perusahaan. Kinerja perusahaan adalah kemampuan perusahaan untuk menjelaskan kegiatan operasionalnya (Payatma, 2001 dalam Carolina, 2007). Sedangkan Febryani dan Zulfadin (2003) mengemukakan bahwa kinerja perusahaan merupakan hal penting yang wajib dicapai oleh setiap perusahaan, sebab kinerja adalah cerminan dari kemampuan perusahaan dalam mengelola serta mengalokasikan sumber daya nya.

Kinerja perusahaan dalam penelitian ini dilihat dari kinerja operasional. Brah dan Lim (2006) mengemukakan bahwa terdapat dua dimensi kinerja yang mampu mengukur kinerja perusahaan yaitu: kinerja organisasi dan kinerja operasional. Kinerja organisasi diukur melalui ukuran keuangan seperti laba bersih, rasio laba dengan pendapatan dan laba atas asset, pertumbuhan pendapatan, dan non-ukuran keuangan seperti investasi dalam *research and development*, dan kapasitas perusahaan guna mengembangkan profil kompetitif. Sedangkan kinerja operasional

mencerminkan kinerja operasi internal perusahaan dalam hal biaya serta pengurangan pemborosan, kualitas produk yang ditingkatkan, produk baru yang dikembangkan, memperbaiki kinerja, pengiriman, dan peningkatan produktivitas. Variabel dan indikator tersebut mengikuti langsung dari tindakan yang diambil dalam kegiatan operasi perusahaan. Hal tersebut menjadikan variabel dan indikator tersebut sebagai faktor utama. Ada 4 (empat) indikator dalam mengukur variabel kinerja perusahaan secara operasional yang diangkat dari Brahmasari (2004:121-122), yaitu: (1) Kemampuan perusahaan dalam meningkatkan efisiensi penggunaan sumber daya manusia yang dimiliki, (2) Kemampuan perusahaan dalam meningkatkan efisiensi penggunaan seluruh waktu yang dimiliki, (3) Kemampuan perusahaan dalam beradaptasi terhadap perubahan, (4) Kemampuan perusahaan dalam mencapai target yang telah ditetapkan. Salah satu indikator kinerja perusahaan yang baik adalah kualitas layanan yang baik dari suatu perusahaan (Semual dan Wijaya, 2009). Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan yang baik dari suatu perusahaan mampu memberikan efek yang baik juga pada kinerja perusahaan. Dalam penelitian ini kinerja perusahaan dinilai berdasarkan perspektif pelanggan seperti *customer satisfaction* dan *average number of visits*.

Menurut Sutiadi (2003) pengertian kinerja adalah suatu hasil kerja yang diperoleh seorang dalam mengerjakan berbagai tugas yang sudah menjadi kewajibannya yang sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan

seperti pengalaman, waktu, kesungguhan, serta kecakapan. Selanjutnya Wibowo (2007) mengemukakan bahwa kinerja berasal dari kata *performance* yang memiliki arti sebagai hasil kerja atau prestasi kerja. Kinerja merupakan implementasi dari perencanaan yang telah disusun tersebut. Implementasi kinerja dilakukan oleh sumber daya manusia yang memiliki kemampuan, kompetensi, motivasi dan kepentingan. Menurut Brahmasari & Suprayetno (2008) terdapat 3 (tiga) faktor utama yang mampu memberi pengaruh terhadap kinerja yaitu individu (kemampuan bekerja), usaha kerja (keinginan untuk bekerja), dan dukungan organisasional (kesempatan untuk bekerja).

2.2 Penelitian terdahulu

Hasil penelitian terdahulu yang pernah dilakukan oleh peneliti lain salah satunya adalah karya Muhammad Shoaib Farooq, Maimoona Salam, Alain Fayolle, Norizan Jaafar, dan Kartinah Ayupp dalam jurnalnya yaitu "*Impact of service quality on customer satisfaction in Malaysia airlines: A PLS-SEM approach*". Penelitian ini dilakukan menggunakan 460 responden dan kuesioner disebarkan 750 kuesioner yang dibagikan di ruang tunggu Bandara Internasional Kuala Lumpur dan Bandara Internasional Kuching. Sebanyak 460 tanggapan diterima kembali, yang menunjukkan tingkat respons keseluruhan 61,33%. Tingkat respons ini sangat dekat dengan penelitian baru-baru ini oleh Ali et al. (2015), yang melaporkan tingkat respons 58% saat menyelidiki kualitas layanan Pakistan International

Airlines. Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas yang lebih baik dari pesawat dan *terminal tangibles* mengarah ke peningkatan kepuasan pelanggan di industri penerbangan. Kualitas layanan *personnel* akan secara signifikan meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan. Penelitian ini menemukan hubungan yang signifikan antara citra penerbangan dan kepuasan pelanggannya.

Sandra Miranda, Patricia Tavares, dan Rita Queiro juga melakukan penelitian tentang transportasi yang berjudul “*Perceived service quality and customer satisfaction: A fuzzy set QCA approach in the railway sector*”. Target populasi dari penelitian ini adalah pelanggan perusahaan kereta api Portugis yang melakukan perjalanan dengan kereta api setidaknya setahun sekali. Penelitian ini menggunakan kuesioner self-administered online dan tatap muka. Kuesioner diujikan dengan sekelompok sepuluh peserta yang direkrut dari lingkaran kenalan para peneliti untuk menilai kelengkapan pertanyaan dan kemudahan dalam mengisi kuesioner. Data dikumpulkan selama 2016. Penelitian ini menggunakan sampel *convenience* dan *snowball*. Dari 365 kuesioner, 13 dikeluarkan karena tanggapan tidak lengkap yang meninggalkan total 352 kuesioner yang dapat digunakan. Untuk menguji kontribusi relatif dari setiap dimensi kualitas layanan, peneliti menggunakan koefisien *standardized slope*. Empat dimensi secara statistik signifikan pada tingkat 1% atau lebih baik: *assurance*, *reliability*, *comfort*, dan *connection*. Empat lainnya, yaitu *empathy*, *responsiveness*, *tangibles*, dan *convenience* tidak signifikan secara statistik.

Penelitian Dwiwiyati Astogini yang berjudul “Determinan *word of mouth communication* studi pada konsumen Kereta Api Purwojaya koridor Purwokerto-Jakarta”. Penelitian ini merupakan studi deskriptif dengan tujuan mendeskripsikan hubungan kausal variabel-variabel yang diteliti. Responden dalam penelitian ini dibatasi pada penumpang yang telah menggunakan KA Purwojaya Kelas Eksekutif rute Purwokerto - Jakarta, dimana area penelitiannya adalah stasiun kereta api DAOP V Purwokerto. Pada penelitian ini, penulis mengimplementasikan dimensi AIRQUAL kedalam Kereta Api yang kemudian terbagi menjadi 6 aspek yaitu: *Train tangibles, Station tangibles, Personnel, Reliability, Empathy, dan Image*. Peneliti menyebar kuesioner sebanyak 135 dan yang kembali lengkap sebanyak 110 kuesioner. Hasilnya yaitu variabel train tangible memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan penumpang KA, hal ini terlihat dari kecenderungan responden yang memberikan nilai maksimal pada pernyataan yang berkaitan dengan variabel tersebut. Station tangible berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan diterima. Hal ini mengindikasikan bahwa kondisi fisik stasiun yang nyaman dan bersih mempengaruhi rasa senang pelanggan dalam menggunakan fasilitas PT. KAI. kualitas SDM (*personnel*) mempengaruhi kesenangan pelanggan secara positif. Pelanggan mengharapkan setiap karyawan baik yang berada dalam gerbong maupun di stasiun memiliki pengetahuan yang memadai sehingga setiap pertanyaan penumpang/pelanggan dapat diantisipasi dengan baik. Empati karyawan sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan, karena empati berkaitan dengan

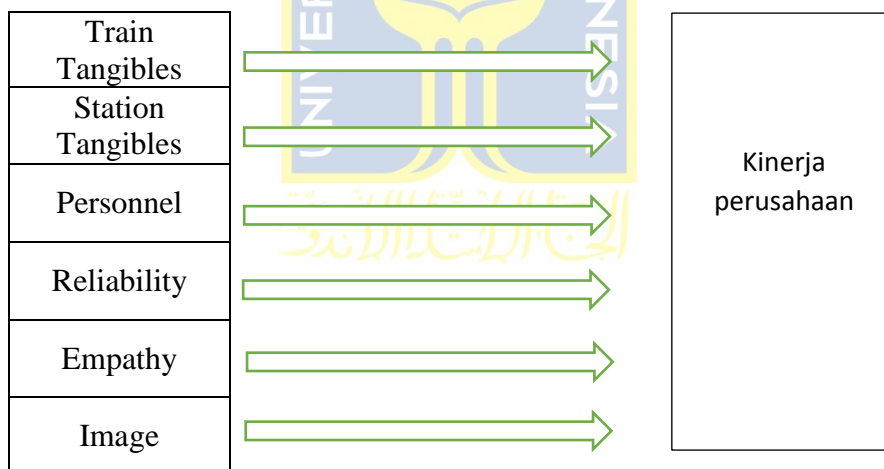
aspek-aspek emosional. Ketika karyawan mampu berempati, dia akan memberikan pelayanan yang lebih baik dan tulus, melebihi yang disyaratkan.

Penelitian terdahulu yang terakhir yaitu karya milik Musran Munizu (2010) dengan judul “Praktik Total Quality Management (TQM) dan Pengaruhnya terhadap Kinerja Karyawan (Studi Pada PT. Telkom Tbk. Cabang Makassar)”. Jumlah variabel yang diuji hubungan dan pengaruhnya dalam penelitian ini terdiri atas 7 (tujuh) variabel yakni: variabel TQM terdiri atas Kepemimpinan (*leadership*) X1, Perencanaan strategis (*strategic planning*) X2, Fokus pada pelanggan (*customer focus*) X3, Informasi dan analisis (*information and analysis*) X4, Manajemen sumber daya manusia (*people management*) X5, dan Manajemen proses (*process management*) X6 sebagai variabel eksogen (*exogenous variable*). Sedangkan variabel kinerja karyawan (*y*) sebagai variabel endogen (*endogenous variable*). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan yang bekerja pada PT. Telkom (Tbk.) Cabang Makassar yang berjumlah 540 orang. Penentuan sampel menggunakan teknik acak sederhana (*simple random sampling*). Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu: (1) Analisis Statistik Deskriptif; dan (2) Structural Equation Modeling (SEM). Berdasarkan nilai rata-rata (*mean*), variabel total quality management (TQM) telah dilaksanakan secara baik dalam perusahaan. Secara berurutan nilai rata-rata tanggapan responden terhadap variabel TQM adalah: kepemimpinan (4,33); perencanaan strategis (3,85); fokus pada pelanggan (4,02); informasi dan analisis; (3,63); manajemen sumber daya manusia (4,11); dan manajemen

proses (3,77). Hasil dari penelitian ini yaitu variabel-variabel praktik TQM yang terdiri atas (1) kepemimpinan; (2) perencanaan strategis; (3) fokus pada pelanggan; (4) informasi dan analisis; (5) manajemen sumber daya manusia; dan (6) manajemen proses mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Hal ini merupakan indikasi bahwa derajat meningkat atau menurunnya kinerja karyawan sangat ditentukan oleh variabel-variabel TQM tersebut.

2.3 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan uraian diatas, maka kerangka pemikiran dari penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



2.4 Hipotesis

Berdasarkan uraian kajian teori dan kerangka konseptual diatas maka hipotesis penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

H₁ *Train tangibles* berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan

H₂ *Station tangibles* berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan

H₃ *Personnel* berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan

H₄ *Reliability* berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan

H₅ *Empathy* berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan

H₆ *Image* berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di Stasiun Kereta Api Tugu Yogyakarta yang beralamat di Jalan Pringgokusuman, Pringgokusuman, Gedong Tengen, Yogyakarta dan di Stasiun Lempuyangan yang terletak di Bausasran, Danurejan, Yogyakarta dengan objek penelitian yaitu penumpang kereta api selaku konsumen yang menikmati kualitas pelayanan PT KAI.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi menurut Arikunto (2006:130), adalah keseluruhan subjek penelitian. Jadi populasi adalah jumlah keseluruhan populasi yang merupakan hasil pengukuran atau perhitungan secara kualitatif maupun kuantitatif mengenai karakteristik tertentu dari semua anggota kumpulan yang lengkap dan jelas yang ingin dipelajari sifat-sifatnya. Populasi dari penelitian ini adalah orang - orang yang pernah menggunakan jasa layanan PT KAI.

3.2.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2012), sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Dapat ditarik kesimpulan bahwa sampel adalah sebagian dari populasi yang dianggap mewakili populasi karena memiliki ciri atau karakteristik yang sama. Sampel penelitian ini adalah sebagian konsumen dari PT KAI.

Dalam penelitian ini jumlah populasi tidak diketahui, maka untuk memudahkan penentuan jumlah sampel yang diambil ditentukan dengan rumus (Riduwan, 2004:66) :

$$n = (0,25) \left(\frac{nZ}{\varepsilon} \right)^2 \quad (3.1)$$

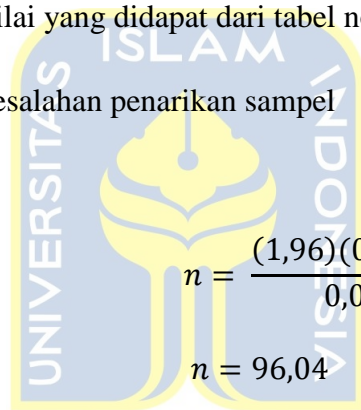
Dimana:

n = jumlah sampel

$Z_{\frac{\alpha}{2}}$ = nilai yang didapat dari tabel normal atas keyakinan

ε = kesalahan penarikan sampel

Jadi



$$n = \frac{(1,96)(0,025)^2}{0,05}$$

$$n = 96,04$$

Dari perhitungan di atas dapat diketahui sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 96 responden.

3.2.2.1 Metode pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampling dalam penelitian ini adalah *non random* dengan cara *accidental sampling*. *Accidental sampling* merupakan teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel (Sugiyono,2012). Pertimbangan tersebut adalah sebagai berikut :

1. Penumpang kereta api yang berada di Stasiun Tugu dan Stasiun Lempuyangan
2. Penumpang kereta api yang sudah menggunakan jasa PT.KAI 1-3 kali
3. Usia 17-55 tahun

3.3 Variabel dan Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan penentuan konstrak atau sifat yang akan dipelajari sehingga menjadi variabel yang dapat diukur (Sugiyono, 2012). Menurut Sugiyono (2012), Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel penelitian terdiri dari dua variabel, yaitu variabel independen dan variable dependen. Variabel adalah suatu sifat atau atribut atau nilai obyek, kegiatan, atau orang yang memiliki variasi tertentu yang diterapkan peneliti untuk dipelajari serta ditarik kesimpulannya. Penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu:

3.3.1 Variabel Independen

Variabel independen merupakan variabel yang memberi penjelasan atau memberi pengaruh variabel yang lain. Variabel independen pada penelitian ini adalah:

1. *Train tangibles* (X1) adalah kemampuan perusahaan menunjukkan keberadaanya (gerbong kereta api) kepada pihak eksternal. Diukur dengan indikator:

- a. Kebersihan tempat duduk kereta
- b. Kenyamanan tempat duduk kereta
- c. Kebersihan toilet
- d. Kualitas tempat bagasi
- e. Kualitas pendingin ruangan (*air conditioner*)

2. *Station tangibles* (X2) adalah kemampuan perusahaan menunjukkan keberadaanya (stasiun kereta api) kepada pihak eksternal. Diukur dengan indikator:

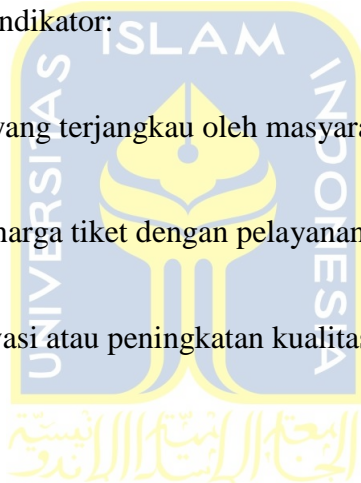
- a. Penampilan ruang tunggu
- b. Daya tampung ruang tunggu
- c. Kebersihan ruang tunggu
- d. Kenyamanan ruang tunggu
- e. Daya tampung tempat parkir
- f. Fasilitas penjualan tiket dan loket informasi

3. *Personnel* (X3) Merupakan kemampuan karyawan untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan kepada pelanggan. Diukur dengan indikator:
- a. Karyawan bersedia dan dengan sigap menjawab berbagai pertanyaan yang diajukan penumpang
 - b. Kesigapan karyawan dalam membantu penumpang yang mengalami masalah perkeretaapian
 - c. Karyawan mampu memberikan pelayanan yang baik tanpa melakukan kesalahan
4. *Reliability* (X4) merupakan kemampuan karyawan dalam memberikan layanan secara akurat dan tanpa kesalahan apapun serta menyampaikan jasa sesuai dengan waktu yang telah disepakati. Diukur dengan indikator:
- a. Bertanggung jawab dalam hal keamanan dan kenyamanan penumpang
 - b. Resepsionis mampu dengan teliti memverifikasi permintaan reservasi
 - c. Ketepatan waktu keberangkatan kereta
 - d. Ketepatan kereta tiba di tempat tujuan
5. *Empathy* (X5) merupakan penilaian yang diberikan oleh pelanggan untuk mengetahui bagaimana kepedulian dan kesediaan karyawan kepada penumpang dalam memberikan pelayanan. Diukur dengan indikator:
- a. Kompensasi kerugian atau bahaya dikomunikasikan dengan jelas

- b. Karyawan memberikan perhatian yang sama kepada semua penumpang
 - c. Keramahan dan kesopanan karyawan dalam memberikan pelayanan kepada penumpang
6. *Image* (X6) merupakan gambaran yang didapat pelanggan dengan menggunakan kuesioner guna mengetahui kesan yang ditimbulkan perusahaan sesuai dengan pengertian dan tingkat pengetahuan mereka.

Diukur dengan indikator:

- a. Harga tiket yang terjangkau oleh masyarakat
- b. Kesesuaian harga tiket dengan pelayanan yang diberikan
- c. Adanya inovasi atau peningkatan kualitas pelayanan



3.3.2 Variabel Dependen

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kinerja perusahaan.

Indikator-indikator dari kinerja perusahaan dalam penelitian ini adalah:

- a. Pendapatan PT. KAI dari waktu ke waktu selalu meningkat
- b. Fasilitas di stasiun kereta api semakin baik dan lengkap
- c. Jumlah gerbong kereta api tujuan tertentu meningkat dari waktu ke waktu

- d. Kecelakaan kereta api semakin jarang terjadi
- e. Rambu-rambu lalu lintas kereta api semakin jelas, lengkap, dan tertata rapi
- f. Kursi didalam gerbong kereta api selalu terisi penuh
- g. Tampilan atau fisik didalam gerbong kereta api selalu tertata dengan rapi

3.4 Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono,2012). Teknik pengumpulan data dari data primer ini adalah kuesioner. Sumber data primer dalam penelitian ini yaitu tanggapan responden terhadap kuesioner tentang kualitas pelayanan dan kinerja perusahaan.

Data sekunder merupakan data-data yang didapat dari sumber bacaan berupa publikasi dari berbagai organisasi, hasil-hasil studi, hasil survey, studi histories, dan sebagainya. Teknik pengumpulan data dari data sekunder adalah studi pustaka. Sumber data sekunder dalam penelitian ini yaitu jurnal karya Muhammad Shoaib Farooq, Maimoona Salam, Alain Fayolle, Norizan Jaafar, dan Kartinah Ayupp yang berjudul “*Impact of service quality on customer satisfaction in Malaysia airlines: A PLS-SEM approach*”, jurnal karya Yongwook Ju, Ki-Joon Back karya milik Sandra Miranda, Patricia Tavares, dan Rita Queiro yang berjudul “*Perceived service quality and customer satisfaction: A fuzzy set QCA approach in the railway sector*”.

jurnal karya Dwiwiyati Astogin yang berjudul “Determinan *word of mouth communication* studi pada konsumen Kereta Api Purwojaya koridor Purwokerto-Jakarta”. Dan karya milik Musran Munizu (2010) dengan judul “Praktik *Total Quality Management (TQM)* dan Pengaruhnya terhadap Kinerja Karyawan (Studi Pada PT. Telkom Tbk. Cabang Makassar)”.

3.4.1 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini digunakan kuesioner sebagai metode pengumpulan data dengan memberikan daftar pertanyaan kepada konsumen PT. KAI. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi sekumpulan pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden yang kemudian dijawab oleh responden (Sugiyono,2012).

Data kuesioner ditentukan dengan menggunakan Skala *Likert* yaitu skala untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono,2012). Sedangkan Skala *Likert* dalam penelitian dengan penilaian sebagai berikut :

- Untuk jawaban “SS” sangat setuju diberi nilai = 5
- Untuk jawaban “S” setuju diberi nilai = 4
- Untuk jawaban “N” netral diberi nilai = 3
- Untuk jawaban “TS” tidak setuju diberi nilai = 2
- Untuk jawaban “STS” sangat tidak setuju diberi nilai = 1

3.5 Pengujian Instrumen

- **Validitas**

Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner (Ghozali,2009). Suatu kuesioner dinyatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dapat diketahui dengan melihat r hitung, apabila r hitung sig. $\leq 0,05$ = valid dan r hitung sig. $> 0,05$ = tidak valid (Ghozali,2009).

Adapun rumus dari uji validitas adalah sebagai berikut:

$$Ri = \frac{N\Sigma XY - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{\{N(\Sigma X)^2\}\{N(\Sigma Y)^2\} - \{(\Sigma X)^2\}}} \quad (3.2)$$

Keterangan:

Ri = Validitas

N = Jumlah populasi

X = Total skor butir – butir pertanyaan percobaan pertama

Y = Total skor butir – butir pertanyaan percobaan kedua

- **Reliabilitas**

Reliabilitas merupakan alat yang digunakan untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari vairabel atau konstruk (Ghozali, 2009). Suatu kuesioner dapat dikatakan handal apabila jawaban seseorang

terhadap pernyataan adalah konstan dari waktu ke waktu. Dikatakan reliabel apabila masing-masing pertanyaan secara konsisten terjawab atau jawaban tidak boleh acak oleh karena masing-masing pertanyaan akan mengukur hal yang sama. dikatakan tidak reliabel apabila jawaban terhadap indikator ini acak (Ghozali, 2009).

Hanya dengan pengukuran sekali saja, pengukuran realibilitas dapat dilakukan. Dalam penelitian ini dilakukan pengukuran satu kali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. Dalam pengukuran reliabilitas ini menggunakan yang disebut *Cronbach Alpha*. Suatu variabel dapat dikatakan reliabel, apabila (Ghozali,2009) : Hasil $\alpha > 0,60 =$ reliabel dan Hasil $\alpha < 0,60 =$ tidak reliabel.

Composite reliability atau *construct reliability* didapat dengan rumus:

$$\text{Construct Reliability} = \frac{(\sum \text{Standardized loading})^2}{\sum \text{Standardized loading})^2 + \sum \epsilon_j} \quad (3.3)$$

Dengan keterangan :

- *Standardized loading* diperoleh langsung dari *Standardized loading* untuk tiap-tiap indikator
- ϵ_j adalah measurement error = $1 - \text{standardized loading}^2$

3.6 Analisis Data

3.6.1 Analisis Data Deskriptif

Analisis deskriptif adalah memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (Ghozali,2009). Analisis deskriptif dalam penelitian ini berupa tanggapan responden terhadap pertanyaan-pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner dalam bentuk tabel dan prosentase.

3.6.2 Analisis Data Kuantitatif

Penelitian ini menggunakan jenis data dari data primer yang diperoleh dari konsumen PT KAI yang menjadi penelitian utama. Data ini diperoleh dengan menggunakan teknik kuesioner dan dilakukan penilaian dengan menggunakan skala likert. Metode yang digunakan pada penelitian ini akan dijabarkan sebagai berikut:

1. Analisis Regresi Berganda

Regresi berganda digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen (Ghozali,2009).

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + e$$

(Ghozali,2009)

Keterangan :

Y : Kinerja Perusahaan

b_0 : Konstanta

| | |
|--------------------------------|----------------------------|
| $b_1, b_2, b_3, b_4, b_5, b_6$ | : Koefisien Regresi |
| X_1 | : Train tangibles |
| X_2 | : <i>Station tangibles</i> |
| X_3 | : <i>Personnel</i> |
| X_4 | : <i>Reliability</i> |
| X_5 | : <i>Empathy</i> |
| X_6 | : <i>Image</i> |
| e | : error |

2. Uji Hipotesis

- **Uji Statistik F (Uji Signifikan Simultan)**

Uji F digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh variabel-variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen (Ghozali, 2005:84). Uji F ditentukan dengan kriteria yaitu tingkat signifikansi sebesar 5% dan apabila signifikansi $< \alpha$ 0,05 maka hasil tersebut secara bersama – sama memiliki pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

$$F_{hitung} = \frac{R^2(k - 1)}{(1 - R^2) \int (N - k)} \quad (3.4)$$

Keterangan:

F = Pendekatan distribusi probabilitas Fischer

R = Koefisien korelasi berganda

K = Jumlah variabel bebas

N = Banyaknya sampel

Dalam penelitian ini, hipotesis yang digunakan adalah:

Ho :Variabel-variabel bebas yaitu *train tangibles*, *station tangibles*, *personnel*, *reliability*, *empathy* dan *image* tidak mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya yaitu kinerja perusahaan.

H1 :Variabel-variabel bebas yaitu *train tangibles*, *station tangibles*, *personnel*, *reliability*, *empathy* dan *image* mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya yaitu kinerja perusahaan.

Ho :Variabel-variabel bebas yaitu *train tangibles*, *station tangibles*, *personnel*, *reliability*, *empathy* dan *image* tidak mempunyai pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap variabel terikatnya yaitu kinerja perusahaan.

H2 :Variabel-variabel bebas yaitu *train tangibles*, *station tangibles*, *personnel*, *reliability*, *empathy* dan *image* mempunyai pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap variabel terikatnya yaitu kinerja perusahaan.

Dasar pengambilan keputusannya (Ghozali, 2005:84) adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi, yaitu:

- Apabila probabilitas signifikansi > 0.05 , maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
- Apabila probabilitas signifikansi < 0.05 , maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

- **Uji T (Uji Signifikansi Pengaruh Parsial)**

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel X dan Y, apakah variabel X1, X2, X3, X4, X5 dan X6 (*train tangibles, station tangibles, personnel, reliability, empathy, dan image*) benar-benar berpengaruh terhadap variabel Y (kinerja perusahaan) secara terpisah atau parsial (Ghozali, 2005:84). Uji ini dilakukan dengan membandingkan t – hitung dengan t – tabel. Menurut Sugiyono (2005) rumus t – hitung adalah sebagai berikut:

$$t_{\text{hitung}} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \quad (3.5)$$

Keterangan:

r = Korelasi

n = Jumlah sampel

Jika t – hitung lebih kecil dari t – tabel maka H_0 ditolak.

Langkah – langkah untuk menghitung uji t adalah sebagai berikut:

1) Perumusan Hipotesis

$$H_0 = B_1 = 0 \quad H_a = B_1 \neq 0$$

$$H_0 = B_2 = 0 \quad H_a = B_2 \neq 0$$

2) Menentukan daerah kritis

Ditentukan oleh nilai t – tabel dengan derajat bebas $n - k$ dan taraf nyata α .

3) Menentukan nilai t – hitung

Menurut Suharyadi dan Purwanto (2011), menentukan nilai t – hitung dapat digunakan cara sebagai berikut:

i. t – hitung = $\frac{b-B}{Sb}$

ii. Keterangan:

iii. t – hitung = besarnya t – hitung

iv. b = Koefisien regresi

v. Sb = Standar error

4) Menentukan daerah keputusan

Daerah keputusan untuk menerima H_0 atau H_a

5) Memutuskan hipotesis

Ho: Diterima jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$

Ha: Diterima jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$

- **Koefisien Determinasi (R^2)**

Koefisien determinasi (R^2) dimaksudkan untuk mengetahui tingkat ketepatan terbaik dalam analisa regresi dimana hal yang ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R^2) antara 0 (nol) dan 1 (satu). Koefisien determinasi (R^2) nol variabel independen sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Apabila koefisien dapat dikatakan bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen, Selain itu koefisien determinasi (R^2) juga digunakan guna mengetahui prosentase perubahan variabel Y (tidak bebas) yang disebabkan oleh variabel X (bebas).

3. Uji Asumsi Klasik

- **Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah data yang akan digunakan dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak (Ghozali, 2009). Untuk mengetahui data yang digunakan dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak dapat dilakukan dengan menggunakan *Kolmogorov-smirnov*. Jika nilai *Kolmogorov-smirnov* lebih besar dari $\alpha = 0,05$, maka data normal (Ghozali,2009).

- **Heterokedastisitas**

Uji heteroskedastisitas memiliki tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Disebut homokedastisitas jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, dan disebut heteroskedastisitas jika berbeda. Model regresi yang baik adalah homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali,2009). Terdapat beberapa cara untuk mengetahui adanya heteroskedastisitas dalam regresi, salah satunya uji Glejser. Jika variabel independen signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen, maka indikasi terjadi heteroskedastisitas (Ghozali,2009). Jika signifikansi di atas tingkat kepercayaan 5 %, maka tidak mengandung adanya heteroskedastisitas.

- **Multikolinieritas**

Uji multikolinieritas memiliki tujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Variabel-variabel ini dikatakan tidak ortogonal jika variabel bebas saling berkorelasi. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol (0). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi adalah sebagai berikut (Ghozali, 2009) :

- a. Mempunyai angka Tolerance diatas ($>$) 0,1
- b. Mempunyai nilai VIF di di bawah ($<$) 10.

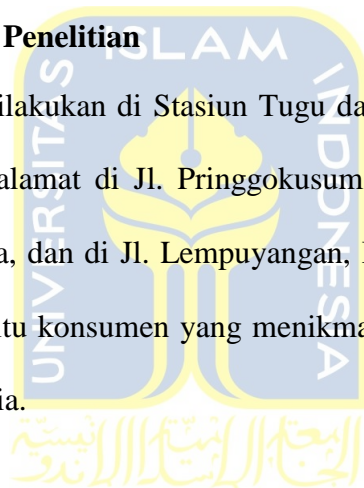
BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan diuraikan hal - hal yang berkaitan dengan hasil pengolahan data dan pembahasan dari hasil pengolahan data tersebut. Adapun pembahasan yang dimaksud meliputi : Lokasi Penelitian, karakteristik responden, asumsi klasik, pengujian analisis regresi linear berganda dan pembahasan.

4.1 Gambaran Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di Stasiun Tugu dan Stasiun Lempuyangan yang masing-masing beralamat di Jl. Pringgokusuman, Pringgokusuman, Gedong Tengen, Yogyakarta, dan di Jl. Lempuyangan, Bausasran Yogyakarta dengan objek penelitian yaitu konsumen yang menikmati kualitas pelayanan dari PT. Kereta Api Indonesia.



4.2 Karakteristik Responden

4.2.1 Jenis Kelamin Responden PT Kereta Api Indonesia

Berdasarkan hasil penelitian, dapat dideskripsikan karakteristik responden konsumen PT Kereta Api Indonesia:

Tabel 4.1. Jenis Kelamin Konsumen PT. KAI

| Kategori | Frekuensi | Presentase % |
|-----------------|------------------|---------------------|
| Pria | 32 | 33,3 |
| Wanita | 64 | 66,7 |
| Total | 96 | 100,0 |

Sumber : data primer diolah 2019

Berdasarkan tabel 4.1 dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan Jenis Kelamin konsumen PT Kereta Api Indonesia, sebagian besar adalah responden konsumen PT Kereta Api Indonesia adalah termasuk kategori Wanita yaitu sebanyak 64 responden (66,7%).

4.2.2 Usia Responden PT Kereta Api Indonesia

Berdasarkan hasil penelitian, dapat dideskripsikan karakteristik responden berdasarkan Usia yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.2. Usia Konsumen PT. KAI

| Kategori | Frekuensi | Presentase |
|---------------|-----------|------------|
| 21 – 30 tahun | 91 | 94,8 |
| > 50 tahun | 5 | 5,2 |
| Total | 96 | 100,0 |

Sumber : data primer diolah 2019

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan Usia responden konsumen PT Kereta Api Indonesia, sebagian besar adalah responden adalah termasuk kategori usia 21 – 30 tahun yaitu sebanyak 91 responden (94,8%).

4.2.3 Pendidikan Terakhir PT Kereta Api Indonesia

Berdasarkan hasil penelitian, dapat dideskripsikan karakteristik responden berdasarkan Pendidikan Terakhir yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.3. Pendidikan Terakhir Konsumen PT. KAI

| Kategori | Frekuensi | Prosentase |
|------------------|-----------|------------|
| SMA | 57 | 59,4 |
| Perguruan Tinggi | 39 | 40,6 |
| Total | 96 | 100,0 |

Sumber : data primer diolah 2019

Berdasarkan tabel 4.3 dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan Pendidikan Terakhir responden konsumen PT Kereta Api Indonesia, sebagian besar adalah responden adalah termasuk kategori SMA yaitu sebanyak 57 responden (59,4%).

4.2.4 Jumlah Penggunaan Kereta Api Indonesia

Berdasarkan hasil penelitian, dapat dideskripsikan karakteristik responden berdasarkan Jumlah penggunaan Kereta Api Indonesia yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.4. Jumlah Penggunaan Konsumen PT. KAI

| Kategori | Frekuensi | Prosentase |
|----------|-----------|------------|
| 1-3 kali | 17 | 17,7 |
| 4-6 Kali | 15 | 15,6 |
| > 6 kali | 64 | 66,7 |
| Total | 96 | 100,0 |

Sumber : data primer diolah 2019

Berdasarkan tabel 4.4 dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan Usia responden konsumen PT Kereta Api Indonesia, sebagian besar adalah responden adalah termasuk kategori > 6 kali yaitu sebanyak 64 responden (66,7%).

4.2.5 Deskripsi Data Variabel Penelitian

Penelitian ini menggunakan kuesioner untuk pengumpulan data yang disebarkan kepada konsumen PT. KAI di Stasiun Tugu dan Stasiun Lempuyangan yang pernah menggunakan jasa dari PT. KAI. Berdasarkan data yang dikumpulkan, jawaban dari responden telah direkapitulasi kemudian

dianalisis untuk mengetahui deskriptif terhadap masing-masing variabel.

Penilaian responden ini didasarkan pada kriteria sebagai berikut:

Skor persepsi terendah : 1

Skor persepsi tertinggi : 5

$$\text{Interval} = \frac{5-1}{5} = 0.80$$

Sehingga diperoleh batas persepsi adalah sebagai berikut :

1,00 – 1,80 = Sangat Tidak Baik

1,81 – 2,60 = Tidak Baik

2,61 – 3,40 = Netral

3,41 – 4,20 = Baik

4,21 – 5,00 = Sangat Baik

Hasil analisis deskriptif terhadap variable penelitian dapat ditunjukkan sebagai berikut:

a. Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan

1. Train Tangibles

Tabel 4.5 Train Tangibles

| No | Item Pertanyaan | Rata-rata | Keterangan |
|------------------------|--|-----------|------------|
| Train Tangibles | | | |
| 1 | PT. KAI memiliki tempat duduk didalam gerbong kereta yang bersih | 4,02 | Baik |
| 2 | PT. KAI memiliki fasilitas toilet didalam gerbong kereta yang bersih | 3,28 | Netral |
| 3 | PT. KAI memiliki alat pendingin ruangan (air conditioner) didalam | 3,96 | Baik |

| | | | |
|------------------|---|-------------|-------------|
| | gerbong kereta yang berfungsi dengan baik | | |
| 4 | PT. KAI memiliki tempat bagasi yang memadai | 3,76 | Baik |
| Rata-rata | | 3,75 | Baik |

Sumber : data primer diolah 2019

Berdasarkan hasil analisis deskriptif yang ditunjukkan pada tabel 4.5 bahwa rata-rata penilaian responden terhadap variabel *Train Tangibles* adalah sebesar 3,75 yaitu berada pada kriteria setuju. Selanjutnya nilai paling tinggi adalah sebesar 4,02 (baik) yaitu pada indikator PT. KAI memiliki tempat duduk didalam gerbong kereta yang bersih, kemudian nilai paling rendah sebesar 3,28 (netral) pada indikator PT. KAI memiliki fasilitas toilet didalam gerbong kereta yang bersih.

2. Station Tangibles

Tabel 4.6 Station Tangibles

| No | Item Pertanyaan | Rata-rata | Keterangan |
|--------------------------|--|-----------|------------|
| Station Tangibles | | | |
| 1 | Ruang tunggu Stasiun PT. KAI memiliki daya tampung yang memadai | 3,54 | Baik |
| 2 | Penampilan ruang tunggu Stasiun PT. KAI memiliki desain yang menarik | 3,23 | Netral |
| 3 | Stasiun PT. KAI memiliki ruang tunggu yang bersih dan nyaman | 3,60 | Baik |
| 4 | Stasiun PT. KAI memiliki tempat parkir yang memadai | 3,66 | Baik |
| 5 | Stasiun PT. KAI memiliki tempat penjualan tiket yang nyaman serta | 3,73 | Baik |

| | | | |
|------------------|-----------------------------------|-------------|------|
| | memudahkan proses pembelian tiket | | |
| Rata-rata | | 3,55 | Baik |

Sumber: data primer diolah, 2019

Berdasarkan hasil analisis deskriptif yang ditunjukkan pada tabel 4.6 bahwa rata-rata penilaian responden terhadap variabel *Station Tangibles* adalah sebesar 3,55 yaitu berada pada kriteria baik. Selanjutnya nilai tertinggi adalah sebesar 3,72 (baik) yaitu terletak pada indikator Stasiun PT. KAI memiliki tempat penjualan tiket yang nyaman serta memudahkan proses pembelian tiket, kemudian nilai terendah sebesar 3,22 (netral) pada indikator Penampilan ruang tunggu Stasiun PT. KAI memiliki desain yang menarik.

3. Personnel

Tabel 4.7 Personnel

| No | Item Pertanyaan | Rata-rata | Keterangan |
|------------------|---|-------------|------------|
| Personnel | | | |
| 1 | Karyawan PT. KAI bersedia menjawab pertanyaan masalah perkereta apian yang diajukan oleh penumpang | 3,96 | Baik |
| 2 | Karyawan PT. KAI memiliki kesigapan dalam membantu penumpang yang mengalami masalah perkereta apian | 3,88 | Baik |
| 3 | Karyawan PT. KAI memberikan pelayanan yang baik tanpa melakukan kesalahan | 3,43 | Baik |
| 4 | Karyawan PT. KAI memahami kebutuhan penumpang | 3,61 | Baik |
| Rata-rata | | 3,72 | Baik |

Sumber: data primer diolah, 2019

Berdasarkan hasil analisis deskriptif yang ditunjukkan pada tabel 4.7 bahwa rata-rata penilaian responden terhadap variabel *Personnel* adalah sebesar 3,72 yaitu berada pada kriteria baik. Selanjutnya nilai tertinggi adalah sebesar 3,95 (baik) yaitu terletak pada indikator Karyawan PT. KAI bersedia menjawab pertanyaan masalah perkereta apian yang diajukan oleh penumpang, kemudian nilai terendah sebesar 3,43 (baik) pada indikator Karyawan PT. KAI memberikan pelayanan yang baik tanpa melakukan kesalahan.

4. Reliability

Tabel 4.8 Reliability

| No | Item pertanyaan | Rata-rata | Keterangan |
|-------------|--|-------------|------------|
| Reliability | | | |
| 1 | PT. KAI bertanggung jawab dalam hal kewanan dan kenyamanan penumpang | 3,86 | Baik |
| 2 | Resepsionis PT. KAI mampu dengan teliti memverifikasi permintaan reservasi | 3,82 | Baik |
| 3 | Jam keberangkatan kereta tepat waktu | 3,90 | Baik |
| 4 | Jam tiba kereta di tempat tujuan tepat waktu | 3,76 | Baik |
| Rata-rata | | 3,83 | Baik |

Sumber: data primer diolah, 2019

Berdasarkan hasil analisis deskriptif yang ditunjukkan pada tabel 4.8 bahwa rata-rata penilaian responden terhadap variabel *Reliability* adalah sebesar 3,83 yaitu berada pada kriteria baik. Selanjutnya nilai tertinggi adalah sebesar 3,90 (baik) yaitu terletak pada indikator Jam

keberangkatan kereta tepat waktu, kemudian nilai terendah sebesar 3,76 (baik) pada indikator Jam tiba kereta di tempat tujuan tepat waktu.

5. Empathy

Tabel 4.9 Empathy

| No | Item pertanyaan | Rata-rata | Keterangan |
|------------------|--|-------------|------------|
| Empathy | | | |
| 1 | Karyawan PT. KAI memberikan pelayanan yang ramah dan sopan | 3,89 | Baik |
| 2 | Karyawan PT. KAI memberikan pelayanan yang sama kepada semua penumpang | 4,03 | Baik |
| 3 | PT. KAI mengomunikasikan kompensasi kerugian atau bahaya dengan jelas | 3,34 | Netral |
| Rata-rata | | 3,75 | Baik |

Sumber: data primer diolah 2019

Berdasarkan hasil analisis deskriptif yang ditunjukkan pada tabel 4.9 bahwa rata-rata penilaian responden terhadap variabel *Empathy* adalah sebesar 3,75 yaitu berada pada kriteria setuju. Selanjutnya nilai tertinggi adalah sebesar 4,03 (baik) yaitu terletak pada indikator Karyawan PT. KAI memberikan pelayanan yang sama kepada semua penumpang, kemudian nilai terendah sebesar 3,34 (netral) pada indikator PT. KAI mengomunikasikan kompensasi kerugian atau bahaya dengan jelas.

6. Image

Tabel 4.10 Image

| No | Item pertanyaan | Rata-rata | Keterangan |
|--------------|--|-----------|------------|
| Image | | | |
| 1 | Pihak PT. KAI menetapkan harga tiket kereta yang sesuai dengan | 3,76 | Baik |

| | | | |
|------------------|--|-------------|------|
| | pelayanan yang diberikan | | |
| 2 | Pihak PT. KAI selalu melakukan inovasi pada fasilitas stasiun dan kereta api | 3,75 | Baik |
| 3 | Pihak PT. KAI selalu melakukan peningkatan kualitas pelayanan | 3,88 | Baik |
| 4 | PT. KAI memiliki harga tiket yang terjangkau oleh masyarakat | 3,88 | Baik |
| Rata-rata | | 3,82 | Baik |

Sumber: data primer diolah 2019

Berdasarkan hasil analisis deskriptif yang ditunjukkan pada tabel 4.10 bahwa rata-rata penilaian responden terhadap variabel *Image* adalah sebesar 3,82 yaitu berada pada kriteria baik. Selanjutnya nilai tertinggi adalah sebesar 3,88 (baik) yaitu terletak pada indikator Pihak PT. KAI selalu melakukan peningkatan kualitas pelayanan dan indikator PT. KAI memiliki harga tiket yang terjangkau oleh masyarakat. Kemudian nilai terendah sebesar 3,75 (baik) pada indikator Pihak PT. KAI selalu melakukan inovasi pada fasilitas stasiun dan kereta api.

7. Kinerja Perusahaan

Tabel 4.11 Kinerja Perusahaan

| No | Item pertanyaan | Rata-rata | keterangan |
|---------------------------|---|-----------|------------|
| Kinerja Perusahaan | | | |
| 1 | Pendapatan PT. KAI dari waktu ke waktu selalu meningkat | 3,96 | Baik |
| 2 | Fasilitas di stasiun kereta api semakin baik dan lengkap | 3,91 | Baik |
| 3 | Jumlah gerbong kereta api tujuan tertentu meningkat dari waktu ke | 3,78 | Baik |

| | | | |
|------------------|---|-------------|-------------|
| | waktu | | |
| 4 | Kecelakaan kereta api semakin jarang terjadi | 3,84 | Baik |
| 5 | Rambu-rambu lalu lintas kereta api semakin jelas, lengkap, dan tertata rapi | 3,81 | Baik |
| 6 | Kursi didalam gerbong kereta api selalu terisi penuh | 3,97 | Baik |
| 7 | Tampilan atau fisik didalam gerbong kereta api selalu tertata dengan rapi | 4,21 | Sangat Baik |
| Rata-rata | | 3,93 | Baik |

Sumber: data primer diolah 2019

Berdasarkan hasil analisis deskriptif yang ditunjukkan pada tabel 4.11 bahwa rata-rata penilaian responden terhadap variabel Kinerja Perusahaan adalah sebesar 3,92 yaitu berada pada kriteria baik. Selanjutnya nilai tertinggi adalah sebesar 4,21 (sangat baik) yaitu terletak pada indikator Pendapatan PT. KAI dari waktu ke waktu selalu meningkat. Kemudian nilai terendah sebesar 3,78 (baik) pada indikator Jumlah gerbong kereta api tujuan tertentu meningkat dari waktu ke waktu.

4.3 Uji Instrumen Validitas dan Reliabilitas

4.3.1 Uji Validitas

Untuk mengukur validitas kuesioner yang diberikan kepada responden maka digunakan rumus korelasi Produk Moment yaitu menurut (Sugiyono, 2005). Teknik korelasinya memakai *Pearson Correlation*, dihitung dengan menggunakan bantuan komputer program SPSS versi 21. Item

pertanyaan dinyatakan valid apabila memiliki r hitung $>$ r tabel (Ghozali, 2001). Hasil Uji Validitas dapat ditunjukkan pada tabel berikut :

Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas

| Variabel | item | r hitung | r tabel | keterangan |
|--------------------|--------|----------|---------|------------|
| Train Tangibles | Item 1 | 0.783 | 0.197 | valid |
| | Item 2 | 0.811 | 0.197 | valid |
| | Item 3 | 0.785 | 0.197 | valid |
| | Item 4 | 0.715 | 0.197 | valid |
| Station Tangibles | Item 1 | 0.668 | 0.197 | valid |
| | Item 2 | 0.782 | 0.197 | valid |
| | Item 3 | 0.801 | 0.197 | valid |
| | Item 4 | 0.669 | 0.197 | valid |
| | Item 5 | 0.786 | 0.197 | valid |
| Personnel | Item 1 | 0.786 | 0.197 | valid |
| | Item 2 | 0.882 | 0.197 | valid |
| | Item 3 | 0.771 | 0.197 | valid |
| | Item 4 | 0.788 | 0.197 | valid |
| Reliability | Item 1 | 0.691 | 0.197 | valid |
| | Item 2 | 0.696 | 0.197 | valid |
| | Item 3 | 0.794 | 0.197 | valid |
| | Item 4 | 0.858 | 0.197 | valid |
| Empathy | Item 1 | 0.752 | 0.197 | valid |
| | Item 2 | 0.828 | 0.197 | valid |
| | Item 3 | 0.3787 | 0.197 | valid |
| Image | Item 1 | 0.686 | 0.197 | valid |
| | Item 2 | 0.771 | 0.197 | valid |
| | Item 3 | 0.817 | 0.197 | valid |
| | Item 4 | 0.759 | 0.197 | valid |
| Kinerja Perusahaan | Item 1 | 0.755 | 0.197 | valid |
| | Item 2 | 0.819 | 0.197 | valid |
| | Item 3 | 0.766 | 0.197 | valid |
| | Item 4 | 0.802 | 0.197 | valid |
| | Item 5 | 0.743 | 0.197 | valid |
| | Item 6 | 0.713 | 0.197 | valid |
| | Item 7 | 0.758 | 0.197 | valid |

Sumber :Data primer diolah, 2019

Berdasarkan Tabel menunjukkan besarnya nilai r hitung seluruh butir pertanyaan nilainya lebih besar dari r table 0,197. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh butir dinyatakan valid dan kuisisioner dalam penelitian ini dapat digunakan untuk analisis selanjutnya yaitu regresi linier berganda.

4.3.2 Uji Reliabilitas

Teknik yang digunakan untuk mengukur konsistensi internal dalam penelitian ini dengan teknik Cronbach's alpha (Ghozali, 2001). Apabila nilai *Cronbach's Coefficient Alpha* lebih besar dari 0,6, maka kuesioner sebagai alat pengukur dinilai dinyatakan *reliabel*. Jika nilai *Cronbach's Coefficient Alpha* lebih kecil 0,6, maka kuesioner sebagai alat pengukur dinilai dinyatakan tidak *reliabel*. Hasil pengujian reliabilitas dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas

| Variabel | Alpha Crobach | Nilai kritis | Keterangan |
|--------------------|---------------|--------------|------------|
| Train Tangibles | 0.772 | 0.6 | Reliabel |
| Station Tangibles | 0.792 | 0.6 | Reliabel |
| Personnel | 0.820 | 0.6 | Reliabel |
| Reliability | 0.758 | 0.6 | reliabel |
| Empathy | 0.668 | 0.6 | reliabel |
| Image | 0.744 | 0.6 | reliabel |
| Kinerja Perusahaan | 0.877 | 0.6 | reliabel |

Sumber :Data primer diolah, 2019

Berdasarkan ringkasan hasil uji reliabilitas seperti yang terangkum dalam tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai koefisien *Cronbach Alpha* seluruh varaibel penelitian lebih besar dari 0,6. Dengan acuan dari pendapat

yang dikemukakan oleh Ghozali (2001), maka seluruh butir pertanyaan dalam variabel penelitian adalah handal.

4.4 Analisis Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yang dipakai dalam penelitian ini adalah uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji multikolinieritas.

4.4.1 Uji Normalitas

Uji ini digunakan untuk menguji apakah pengamatan berdistribusi secara normal atau tidak, uji ini menggunakan *kolomogorov smirnov*. Hasil uji Normalitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.14 Uji Normalitas

| Unstandar_residual | Batas | Keterangan |
|--------------------|-------|------------|
| 0,362 | 0,05 | Normal |

Sumber : Data Primer, 2019

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai *asyp.sig* sebesar $0,362 > 0,05$ yang berarti bahwa data berdistribusi normal.

4.4.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas memiliki tujuan guna mengetahui apakah ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas dalam model regresi. Model regresi dikatakan baik apabila tidak terjadi korelasi antar variabel bebas. Untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinieritas dapat dilihat dari nilai *Varians Inflation Factor* (VIF) dan *tolerance* (α).

Tabel 4.8. Uji Multikolinieritas

| Variabel | Tolerance | VIF | Keterangan |
|-------------------|-----------|-------|---------------------------------|
| Train Tangibles | 0,477 | 2,095 | Tidak terjadi multikolinieritas |
| Station Tangibles | 0,503 | 1,988 | Tidak terjadi multikolinieritas |
| Personnel | 0,483 | 2,071 | Tidak terjadi multikolinieritas |
| Reliability | 0,610 | 1,640 | Tidak terjadi multikolinieritas |
| Empathy | 0,520 | 1,924 | Tidak terjadi multikolinieritas |
| Image | 0,517 | 1,935 | Tidak terjadi multikolinieritas |

Sumber : Data Primer, 2019

Berdasarkan tabel 4.8 dapat diketahui bahwa nilai *tolerance value* > 0,10 atau nilai VIF < 10 maka tidak terjadi multikolinieritas.

4.4.3 Uji Heteroskedastisitas

Suatu asumsi penting dari model regresi linier klasik adalah bahwa homoskedastisitas adalah gangguan (disturbance) yang muncul dalam regresi, yaitu semua gangguan tadi mempunyai varian yang sama. Hasil uji Heteroskedastisitas dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.16 Uji Heteroskedastisitas

| Variabel | sig | Batas | Keterangan |
|-------------------|-------|-------|-------------------------------|
| Train Tangibles | 0,763 | >0,05 | Tidak terjadi heterokedasitas |
| Station Tangibles | 0,550 | >0,05 | Tidak terjadi heterokedasitas |
| Personnel | 0,284 | >0,05 | Tidak terjadi heterokedasitas |
| Reliability | 0,741 | >0,05 | Tidak terjadi heterokedasitas |
| Empathy | 0,832 | >0,05 | Tidak terjadi heterokedasitas |
| Image | 0,058 | >0,05 | Tidak terjadi heterokedasitas |

Sumber : Data Primer, 2019

Berdasarkan tabel 4.9 dapat diketahui bahwa nilai probabilitas lebih besar dari 0,05, dengan demikian variabel yang diajukan dalam penelitian tidak terjadi heterokedasitas.

4.5 Analisis Hipotesis

4.5.1 Hasil Regresi Linier Berganda

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan seri program statistik SPSS dalam menganalisis regresi linear berganda. SPSS merupakan suatu program *software* komputer yang digunakan untuk mengolah data baik parametrik maupun nonparametrik, seperti ditunjukkan pada Tabel berikut ini

;

Tabel 4.17 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

| Variabel | B | Std. Error | t hitung | Sig t | Keterangan |
|-------------------|--------|------------|----------|-------|------------------|
| (Constant) | 3,318 | 1,787 | | | |
| Train Tangibles | 0,261 | ,127 | 2,064 | 0,042 | Signifikan |
| Station Tangibles | 0,205 | ,101 | 2,026 | 0,046 | Signifikan |
| Personnel | 0,171 | ,125 | 1,359 | 0,178 | Tidak Signifikan |
| Reliability | 0,351 | ,110 | 3,187 | 0,002 | Signifikan |
| Empathy | 0,372 | ,173 | 2,145 | 0,035 | Signifikan |
| Image | 0,281 | ,129 | 2,175 | 0,032 | Signifikan |
| F hitung | 31.412 | | | | |
| Sig F | 0.000 | | | | |
| R square | 0.658 | | | | |

Variabel Dependent : Kinerja Perusahaan

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan Tabel diatas perhitungan regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS didapat hasil sebagai berikut:

$$Y = 3,318 + 0,261 X_1 + 0,205 X_2 + 0,171 X_3 + 0,351 X_4 + 0,372 X_5 + 0,281 X_6$$

1. Konstanta = 3,318

Artinya jika tidak ada variabel Kualitas Pelayanan yang mempengaruhi Kinerja Perusahaan sebesar 3,318 satuan.

2. $b_1 = 0,261$

Artinya jika Variabel *Train Tangibles* meningkat sebesar satu satuan maka Kinerja Perusahaan akan meningkat sebesar 0,261 dengan anggapan variabel bebas lain tetap.

3. $b_2 = 0,205$

Artinya jika Variabel *Station Tangibles* meningkat sebesar satu satuan maka Kinerja Perusahaan akan meningkat sebesar 0,205 dengan anggapan variabel bebas lain tetap.

4. $b_3 = 0,171$

Artinya jika Variabel *Personnel* meningkat sebesar satu satuan maka Kinerja Perusahaan akan tidak meningkat sebesar 0,171 dengan anggapan variabel bebas lain tetap

5. $b_4 = 0,351$

Artinya jika Variabel *Reliability* meningkat sebesar satu satuan maka Kinerja Perusahaan akan meningkat sebesar 0,351 dengan anggapan variabel bebas lain tetap.

6. $b_5 = 0,372$

Artinya jika Variabel *Empathy* meningkat sebesar satu satuan maka Kinerja Perusahaan akan meningkat sebesar 0,372 dengan anggapan variabel bebas lain tetap.

7. $b_6 = 0,281$

Artinya jika Variabel *Image* meningkat sebesar satu satuan maka Kinerja Perusahaan akan meningkat sebesar 0,281 dengan anggapan variabel bebas lain tetap.

4.5.2 Pengujian Hipotesis Parsial (Uji t)

Uji T menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individu (parsial) dalam menjelaskan variabel yaitu Kinerja Perusahaan. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka variabel bebas secara individu tidak berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Perusahaan namun apabila nilai signifikansi $< 0,05$ maka berarti variabel bebas secara individu memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kinerja Perusahaan. Berikut adalah hasil pengujian yang diolah menggunakan program SPSS:

Tabel 4.18 Hasil Uji t

| Model | Coefficients ^a | | | | |
|-------|-----------------------------|------------|---------------------------|---|------|
| | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| | B | Std. Error | Beta | | |
| | | | | | |

| | | | | | | |
|---|-------------------|-------|-------|------|-------|------|
| | (Constant) | 3,318 | 1,787 | | 1,857 | ,067 |
| | Train tangibles | ,261 | ,127 | ,179 | 2,064 | ,042 |
| | Station tangibles | ,205 | ,101 | ,171 | 2,026 | ,046 |
| 1 | Personnel | ,171 | ,125 | ,117 | 1,359 | ,178 |
| | Reliability | ,351 | ,110 | ,245 | 3,187 | ,002 |
| | Empathy | ,372 | ,173 | ,179 | 2,145 | ,035 |
| | Image | ,281 | ,129 | ,182 | 2,175 | ,032 |

a. Dependent Variable: kinerja perusahaan

Hasil uji t pada analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa terdapat nilai signifikansi sebesar 0,042 ($0,042 < \mathbf{0,05}$) pada variabel *train tangibles*. Nilai tersebut dapat membuktikan hipotesis diterima, yang berarti bahwa “Ada Pengaruh *Train Tangibles* terhadap Kinerja Perusahaan “.

Hasil uji t pada analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa terdapat nilai signifikansi sebesar 0,046 ($0,046 < \mathbf{0,05}$) pada variabel *station tangibles*. Nilai tersebut dapat membuktikan hipotesis diterima, yang berarti bahwa “Ada Pengaruh *Station Tangibles* terhadap Kinerja Perusahaan “.

Hasil uji t pada analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa terdapat nilai signifikansi sebesar 0,178 ($0,178 > \mathbf{0,05}$) pada variabel *personnel*. Nilai tersebut dapat membuktikan hipotesis ditolak, yang berarti bahwa “Tidak ada Pengaruh *Personnel* terhadap Kinerja Perusahaan “.

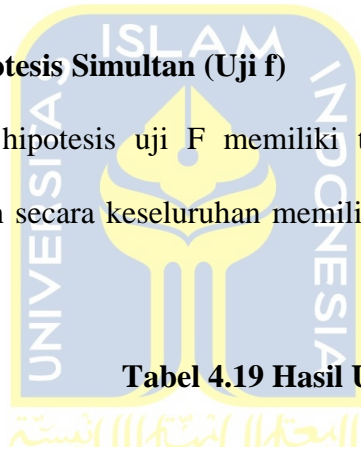
Hasil uji t pada analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa terdapat nilai signifikansi sebesar 0,002 ($0,002 < \mathbf{0,05}$) pada variabel *reliability*. Nilai tersebut dapat membuktikan hipotesis diterima, yang berarti bahwa “Ada Pengaruh *Reliability* terhadap Kinerja Perusahaan “.

Hasil uji t pada analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa terdapat nilai signifikansi sebesar 0,035 ($0,035 < \mathbf{0,05}$) pada variabel *empathy*. Nilai tersebut dapat membuktikan hipotesis diterima, yang berarti bahwa “Ada Pengaruh *Empathy* terhadap Kinerja Perusahaan “.

Hasil uji t pada analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa terdapat nilai signifikansi sebesar 0,032 ($0,032 < \mathbf{0,05}$) pada variabel *image*. Nilai tersebut dapat membuktikan hipotesis diterima, yang berarti bahwa “Ada Pengaruh *Image* terhadap Kinerja Perusahaan “.

4.5.3 Pengujian Hipotesis Simultan (Uji f)

Pengujian hipotesis uji F memiliki tujuan untuk melihat apakah variabel independen secara keseluruhan memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.



Tabel 4.19 Hasil Uji F

ANOVA^a

| Model | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
|--------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1 Regression | 910,164 | 6 | 151,694 | 31,412 | ,000 ^b |
| Residual | 429,795 | 89 | 4,829 | | |
| Total | 1339,958 | 95 | | | |

a. Dependent Variable: kinerja perusahaan

b. Predictors: (Constant), Image , Station tangibles, Empathy , Reliability , Personne, Train tangibles

Hasil uji f pada analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa terdapat nilai signifikansi sebesar 0,000 ($\mathbf{0,000} < \mathbf{0,05}$). Nilai tersebut dapat membuktikan hipotesis diterima, yang berarti bahwa “Ada Pengaruh *Train*

Tangibles, Station Tangibles, Personnel, Reliability, Empathy, Image secara simultan terhadap Kinerja Perusahaan “.

4.5.4 Koefisien Determinasi (*r square*)

Berdasarkan analisis regresi linear berganda menunjukkan besarnya koefisien determinasi (r^2 square) = 0,658, artinya variabel bebas secara bersama-sama mempengaruhi variabel tidak bebas sebesar 65,8% sisanya sebesar 34,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian.

4.5.5 Penentuan Variabel yang Paling Dominan

Untuk menentukan variabel independen yang paling berpengaruh terhadap variabel dependen, dapat dilakukan dengan membandingkan nilai B (Unstandardized Beta) antara variabel yang satu dengan yang lain. Variabel independen yang paling dominan pengaruhnya terhadap variabel Y adalah variabel yang memiliki koefisien regresi yang paling besar. Berikut adalah hasil dari uji dominan:

Tabel 4.20 Hasil Uji Dominan

| Variabel | B | Sig |
|-------------------|------|------|
| Train Tangibles | ,261 | ,042 |
| Station Tangibles | ,205 | ,046 |
| Personnel | ,171 | ,178 |
| Reliability | ,351 | ,002 |
| Empathy | ,372 | ,035 |
| Image | ,281 | ,032 |

Sumber : data primer diolah 2019

Dari output di atas, *Empathy* menunjukkan nilai beta (koefisien regresi) yang paling besar yaitu 0,372 yang berarti bahwa variabel **Empathy** merupakan variabel yang paling berpengaruh (berpengaruh dominan) terhadap kinerja perusahaan.

4.6 Pembahasan

1. Pengaruh *Train Tangibles* terhadap Kinerja Perusahaan

Hasil uji t pada analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa terdapat nilai signifikansi sebesar 0,042 ($0,042 < \mathbf{0,05}$) pada variabel *train tangibles*. Nilai tersebut dapat membuktikan hipotesis diterima, yang berarti bahwa “Ada Pengaruh *Train Tangibles* terhadap Kinerja Perusahaan”.

Train tangibles berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan. *Train tangibles* merupakan fisik dari Kereta Api sebagai sarana transportasi, seperti penataan interior dan eksterior yang baik, kerapian dan kebersihan ruangan serta teknologi yang digunakan canggih. *Train tangibles* ini bisa memengaruhi kenyamanan dan kelancaran dalam memberikan pelayanan kepada setiap konsumen (Kotler, 2012). Hal ini dapat dilihat dari sebagian besar responden yang menyatakan persetujuannya, artinya kondisi fisik kereta api pada PT Kereta Api Indonesia sudah sesuai dengan keinginan konsumen. Semakin mendukung kondisi fisik di PT Kereta Api Indonesia, maka akan memengaruhi kinerja perusahaan.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dwi Wahyuni (2015) yang menyatakan bahwa penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik kereta api yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan.

2. Pengaruh *Station Tangibles* terhadap Kinerja Perusahaan

Hasil uji t pada analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa terdapat nilai signifikansi sebesar 0,046 ($0,046 < \mathbf{0,05}$) pada variabel *station tangibles*. Nilai tersebut dapat membuktikan hipotesis diterima, yang berarti bahwa “Ada Pengaruh *Station Tangibles* terhadap Kinerja Perusahaan”.

Station tangibles adalah aspek yang terdapat dalam perusahaan jasa yang mudah dilihat dan ditemui oleh pelanggan, yaitu tersedianya ruang tunggu yang bersih, rapi, dan nyaman, serta tersedianya peralatan komunikasi yang lengkap dan penampilan personel. Segala bentuk visibilitas yang mampu ditemui oleh konsumen saat berada di stasiun. (Astogini, 2010). Semakin tinggi tingkat *Station tangibles* dari PT Kereta Api Indonesia, maka akan memengaruhi kinerja perusahaan.

Berdasarkan pendapat tersebut, berarti *station tangibles* merupakan salah satu dimensi kualitas jasa yang ada kaitannya dengan kinerja perusahaan. Konsumen yang menggunakan jasa akan merasa puas jika PT Kereta Api Indonesia mampu memberikan fasilitas yang

baik di wilayah stasiun kereta api. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa pelaksanaan dimensi kualitas jasa station tangibles oleh PT Kereta Api Indonesia telah cukup baik. Penawaran berbagai fasilitas serta penampilan fisik yang terawat menjadikan konsumen merasa puas akan jasa dari PT Kereta Api Indonesia yang diterima. Fasilitas dalam usaha di bidang jasa harus selalu diperhatikan terutama yang memiliki hubungan erat dengan apa yang dirasakan oleh konsumen, sebab dalam usaha jasa, apa yang konsumen peroleh setelah menggunakan jasa tersebut menjadi dasar dari penilaian konsumen terhadap suatu perusahaan.

3. Pengaruh *Personnel* terhadap Kinerja Perusahaan

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda, dapat diketahui dari tabel Coefficients bahwa koefisien regresi linier dimensi *personnel* berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kinerja perusahaan. Hal ini disebabkan karena signifikansi sebesar $0,178 > 0,05$, maka disimpulkan bahwa hipotesis ditolak yang berarti, “Tidak Ada Pengaruh *Personnel* terhadap Kinerja Perusahaan “

Personnel berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kinerja perusahaan. Hal tersebut disebabkan oleh jasa transportasi kereta api yang lebih menekankan fasilitas fisik, terlihat dari minimnya hubungan atau komunikasi antara staff kereta api dengan penumpang. *Personnel* merupakan pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan PT Kereta Api Indonesia untuk

membantu para konsumen, seperti pelayanan sopan, trampil dalam melaksanakan tugas dan pengetahuan memadai. Personel yang baik belum tentu akan mempengaruhi persepsi konsumen. Pada saat yang bersamaan aspek personel ini juga merupakan salah satu sumber yang mempengaruhi harapan konsumen, aspek personel yang baik belum dapat mempersepsi positif bahwa PT Kereta Api Indonesia mampu memberikan pelayanan yang berkualitas. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa pelaksanaan dimensi kualitas Personel oleh PT Kereta Api Indonesia terlihat tidak optimal. Konsumen merasa pelayanannya masih standar sehingga akan merasa kurang nyaman menerima pelayanan yang diberikan oleh PT Kereta Api Indonesia, sehingga kinerja yang diberikan belum optimal.

Nandang supriyatna (2007) dalam penelitiannya menyatakan bahwa pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai untuk menumbuhkan rasa percaya para konsumen kepada perusahaan.

4. Pengaruh *Reliability* terhadap Kinerja Perusahaan

Hasil uji t pada analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa terdapat nilai signifikansi sebesar 0,002 ($0,002 < 0,05$) pada variabel *reliability*. Nilai tersebut dapat membuktikan hipotesis diterima, yang berarti bahwa “Ada Pengaruh *Reliability* terhadap Kinerja Perusahaan “.

Reliability (Keandalan) berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan. Keandalan merupakan kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan oleh PT Kereta Api Indonesia, seperti ketepatan waktu bila berjanji, jujur dalam pelayanan dan berusaha menghindari kesalahan. Hal ini berarti perusahaan memberikan jasanya secara tepat semenjak saat pertama. Keandalan di sini merupakan sejauh mana para karyawan bisa secara cepat tanggap dalam memahami dan mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh para konsumen. Semakin handal hasil yang diperlihatkan oleh para karyawan maka permasalahan yang dihadapi oleh para konsumen akan cepat terselesaikan. Semakin tinggi tingkat keandalan PT Kereta Api Indonesia, maka akan memengaruhi kinerja perusahaan. Kinerja perusahaan terhadap pelayanan juga ditentukan oleh dimensi *reliability*, yaitu dimensi yang mengukur kehandalan PT Kereta Api Indonesia dalam memberikan pelayanan kepada konsumen. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa pelaksanaan dimensi kualitas jasa *reliability* oleh PT Kereta Api Indonesia terlihat optimal. Dalam pemberian jasa yang berkualitas. Karena bagaimanapun juga dimensi ini dipersepsi penting bagi konsumen, kinerja perusahaan dirasa optimal apabila PT Kereta Api Indonesia mampu memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.

Penelitian dari Ahmad Rizal (2014) menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan cepat. Kinerja sebuah perusahaan harus sesuai dengan harapan konsumen yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik dan dengan akurasi yang tinggi.

5. Pengaruh *Empathy* terhadap Kinerja Perusahaan

Hasil uji t pada analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa terdapat nilai signifikansi sebesar 0,035 ($0,035 < \mathbf{0,05}$) pada variabel *empathy*. Nilai tersebut dapat membuktikan hipotesis diterima, yang berarti bahwa “Ada Pengaruh *Empathy* terhadap Kinerja Perusahaan”.

Empathy (Empati) berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan. Empati merupakan kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para konsumen oleh karyawan PT Kereta Api Indonesia, seperti perhatian kepada konsumen, tanggungjawab keamanan dan kenyamanan serta mengutamakan kepentingan konsumen. Semakin tinggi empati yang diperlihatkan oleh para karyawan PT Kereta Api Indonesia, maka akan memengaruhi kinerja perusahaan. Konsumen yang menggunakan pelayanan merasa puas jika PT Kereta Api Indonesia mampu tanggap terhadap kebutuhan konsumen. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa pelaksanaan

dimensi kualitas jasa *empathy* oleh PT Kereta Api Indonesia terlihat optimal. Pemberian pelayanan *empathy* sepenuhnya memperhatikan apa yang menjadi kebutuhan konsumen dan akan memberikan peningkatan pada kinerja perusahaan. Bentuk pelayanan *empathy* merupakan bentuk pelayanan yang bersifat surprise kepada konsumen. Kesan baik di benak konsumen akan memberikan dampak pada perilaku konsumen selanjutnya rekomendasi kepada pihak lain mengenai pelayanan yang ditawarkan oleh PT Kereta Api Indonesia.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Tusdian (2012) menyatakan bahwa *empathy* dapat dilakukan dengan memberi perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para konsumen dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang konsumen, memahami kebutuhan konsumen secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi konsumen.

6. Pengaruh *Image* terhadap Kinerja Perusahaan

Hasil uji t pada analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa terdapat nilai signifikansi sebesar 0,032 ($0,032 < \mathbf{0,05}$) pada variabel *image*. Nilai tersebut dapat membuktikan hipotesis diterima, yang berarti bahwa “Ada Pengaruh *Image* terhadap Kinerja Perusahaan”.

Prinsip *image* di buat agar menciptakan keadilan sehingga dapat meningkatkan kualitas pelayanan. *Image* adalah segala kegiatan pelayanan yang dilaksanakan oleh penyelenggara pelayanan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan penerima pelayanan yang bersifat terbuka, mudah, dan dapat diakses oleh semua pihak yang membutuhkan serta disediakan secara memadai dan mudah dimengerti oleh semua penerima kebutuhan pelayanan sehingga melalui gambaran dalam penyelenggaraan pelayanan dapat meningkatkan kepercayaan konsumen (Tjiptono, 2010). Hal ini cukup mempengaruhi karena beberapa keterbukaan dalam pelayanan semuanya harus di tunjukan kepada konsumen. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa pelaksanaan dimensi kualitas jasa *image* oleh PT Kereta Api Indonesia harus tingkatkan.

Nandang supriyatna (2007) dalam penelitiannya menyatakan bahwa keterbukaan perusahaan dapat menumbuhkan rasa percaya para konsumen kepada perusahaan. Pentingnya *image* meliputi beberapa komponen antara lain kemudahan dalam akses informasi.

7. Pengaruh Dimensi *Train Tangibles*, Dimensi *Station Tangibles*, Dimensi *Personnel*, Dimensi *Reliability*, Dimensi *Empathy*, Dan Dimensi *Image* terhadap Kinerja Perusahaan

Hasil uji f menunjukkan bahwa terdapat nilai signifikansi sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$). Nilai tersebut membuktikan hipotesis diterima, yang

berarti bahwa “Ada Pengaruh *Train Tangibles*, *Station Tangibles*, *Personnel*, *Empathy*, *Image* secara simultan terhadap Kinerja Perusahaan.”

Dimensi dari kualitas jasa yang menentukan kinerja perusahaan meliputi dimensi *train tangibles*, dimensi *station tangibles*, dimensi *personnel*, dimensi *reliability*, dimensi *empathy*, dan dimensi *image*, yaitu dimensi yang kualitas jasa yang berhubungan dengan kemampuan PT Kereta Api dalam menanamkan rasa percaya dan keyakinan kepada konsumen. Hal ini berarti jika pelaksanaan pelayanan melalui dimensi kualitas jasa yang ia terima.

Berarti dimensi diatas merupakan salah satu faktor yang memberikan sumbangan terhadap kinerja perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa pelaksanaan dimensi kualitas layanan PT Kereta Api cukup baik. Dimensi ini tidak dapat diabaikan agar konsumen merasa senang akan jasa yang diterima.

Sejalan dengan penelitian Uchik (2013) bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap konsumen.

8. Variabel yang Dominan Berpengaruh Terhadap Kinerja Perusahaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Empathy* memiliki nilai B (unstandardized beta) terbesar, yaitu sebesar 0,372.. Dengan demikian, faktor yang paling dominan mempengaruhi kinerja perusahaan adalah variabel *Empathy*.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil pembahasan pada bab sebelumnya dapat disimpulkan sebagai berikut.

- 1) Hasil uji f menunjukkan bahwa terdapat nilai signifikansi sebesar 0,000 ($0,000 < \mathbf{0,05}$). Nilai tersebut dapat membuktikan hipotesis diterima, yang berarti bahwa “Ada Pengaruh *Train Tangibles, Station Tangibles, Personnel, Reliability, Empathy, Image* secara simultan terhadap Kinerja Perusahaan “.
- 2) Hasil uji t pada analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa terdapat nilai signifikansi sebesar 0,042 ($0,042 < \mathbf{0,05}$) pada variabel *train tangibles*. Nilai tersebut dapat membuktikan hipotesis diterima, yang berarti bahwa “Ada Pengaruh *Train Tangibles* terhadap Kinerja Perusahaan “.
- 3) Hasil uji t pada analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa terdapat nilai signifikansi sebesar 0,046 ($0,046 < \mathbf{0,05}$) pada variabel *station tangibles*. Nilai tersebut dapat membuktikan hipotesis diterima, yang berarti bahwa “Ada Pengaruh *Station Tangibles* terhadap Kinerja Perusahaan “.

- 4) Hasil uji t pada analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa terdapat nilai signifikansi sebesar 0,178 ($0,178 < \mathbf{0,05}$) pada variabel *personnel*. Nilai tersebut dapat membuktikan hipotesis ditolak, yang berarti bahwa “Tidak ada Pengaruh *Personnel* terhadap Kinerja Perusahaan”.
- 5) Hasil uji t pada analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa terdapat nilai signifikansi sebesar 0,002 ($0,002 < \mathbf{0,05}$) pada variabel *reliability*. Nilai tersebut dapat membuktikan hipotesis diterima, yang berarti bahwa “Ada Pengaruh *Reliability* terhadap Kinerja Perusahaan”.
- 6) Hasil uji t pada analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa terdapat nilai signifikansi sebesar 0,035 ($0,035 < \mathbf{0,05}$) pada variabel *empathy*. Nilai tersebut dapat membuktikan hipotesis diterima, yang berarti bahwa “Ada Pengaruh *Empathy* terhadap Kinerja Perusahaan”.
- 7) Hasil uji t pada analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa terdapat nilai signifikansi sebesar 0,032 ($0,032 < \mathbf{0,05}$) pada variabel *image*. Nilai tersebut dapat membuktikan hipotesis diterima, yang berarti bahwa “Ada Pengaruh *Image* terhadap Kinerja Perusahaan”.
- 8) Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi *Empathy* memiliki nilai B (unstandardized beta) yang paling besar yaitu

0,372 yang berarti bahwa *Empathy* merupakan variabel yang paling berpengaruh (berpengaruh dominan) terhadap Kinerja Perusahaan.

B. Saran

Berdasarkan simpulan dan pembahasan dari hasil penelitian, saran yang diajukan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Hendaknya Aspek yang belum optimal bisa di tingkatkan lagi kualitasnya. Seperti misalnya meningkatkan kebersihan fasilitas toilet didalam gerbong kereta api, meningkatkan desain dan penampilan ruang tunggu stasiun, serta meningkatkan dan memperjelas kompensasi kerugian atau bahaya kepada para konsumen.
2. Pemberian pelayanan *Personnel* sebaiknya memperhatikan apa yang menjadi kebutuhan konsumen dalam memberikan hal yang diinginkan oleh konsumen.
3. Untuk penelitian selanjutnya, bahwa lebih bisa memperluas cakupan variabel untuk mendapatkan hasil yang lebih umum.

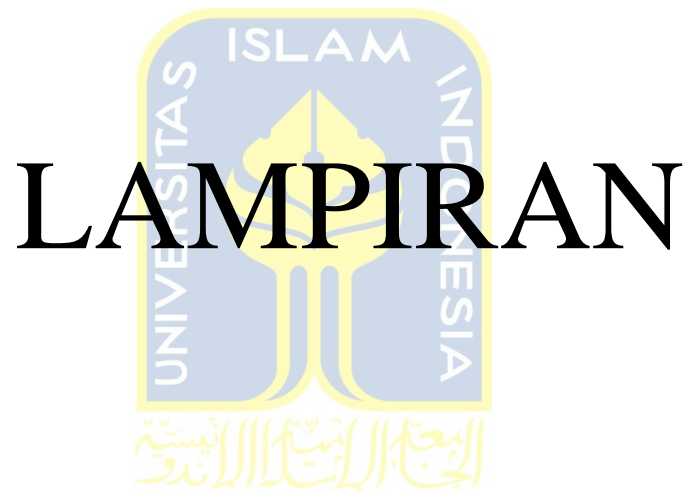
DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, Tjiptjono, 2011, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian*.
- Arikunto, 2006, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta
- Astogini, 2010, *Determinan Word-of-Mouth Communication Studi pada Konsumen Kereta Api Purwojaya Koridor Purwokerto-Jakarta*. Business and Management Journal. Purwokerto: Universitas Jenderal Soedirman
- Band, William A, 1991, *Creating value for customer: Designing and a Total Corporate Strategy*, John Walley and Sons Inc, Canada
- Berry, L. Leonard and Parasuraman A, 1991, *A Marketing services*. New york: The Free Press
- Brahmasari Ida Ayu, 2004. *Pengaruh Variabel Budaya Perusahaan terhadap Komitmen Karyawan dan Kinerja Perusahaan Kelompok*. Penerbitan Pers Jawa Pos, Disertasi Univer-sitas Airlangga, Surabaya.
- Brahmasari, Suprayetno, 2008, *Pengaruh Motivasi Kerja, Kepemimpinan dan Budaya Organisasi Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan serta Dampaknya Pada Kinerja Perusahaan (Studi Kasus pada PT. Pei Hai International Wiratama Indonesia)*, Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan, Vol.10, No.2
- Brah, S. and Lim, H. 2006. The effects of technology and TQM on the performance of logistics companies”, *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, Vol. 36, No. 3, pp. 192-209.
- Butt, M.M., Run, E.C. de, 2010, *Private healthcare quality: applying a SERVQUAL model*. *Int. J. Health Care Qual. Assur*
- Cahyono, Melinda, 2008, *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Brown Salon Di Tunjangan Plaza Surabaya (Studi Kasus 100 Konsumen)*. Skripsi. Surabaya: Universitas Kristen Petra
- Ekiz, H.E., Hussain, K., Bavik, A, 2006, *Perceptions of service quality in North Cyprus national airline”, tourism and hospitality industry 2006-new trends in tourism and hospitality management*. In: 18th Biennial International Conference. Faculty of Tourism and Hospitality Management, Opatija, pp

- Farooq, M.S, 2016, *Social Support and Entrepreneurial Skills as Antecedents of Entrepreneurial Behaviour*. PhD Thesis. Universiti Malaysia Sarawak (UNIMAS), Malaysia
- Farooq, Salam, Fayolle, Jaafar, Ayupp, 2017, *Impact of service quality on customer satisfaction in Malaysia airlines: A PLS-SEM approach*. Journal. Journal of Air Transport Management.
- Garvin, D.A. (1987). *Competing on The Eight Dimensions of Quality*. Harvard Business Review, Nov-Dec, 101-109.
- Ghozali, Imam, 2009, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: UNDIP
- Goetsch, D.L., Davis, S., 1995, *Implementing Total Quality*, Prentice Hall, New Jersey
- Gudmundsson, S.V, 1998, *New-entrant airlines' life-cycle analysis: growth, decline and collapse*. J. Air Transport. Manag.
- Gudmundsson, S.V., de Boer, E.R., Lechner, C., 2002, *Integrating frequent flyer programs in multilateral airline alliances*. J. Air Transport. Manag.
- Hasibuan, Malayu SP. 2003. *Organisasi dan Motivasi, Dasar Peningkatan Produktivitas*. Jakarta Bumi Aksara.
- Heizer, Jay dan Barry Render. 2001. *Operations Management*. New Jersey: Prentice Hall.
- Lewis dan Boom, 2005, *Service, Quality & Satisfaction*. Edisi ke 3. Fandy Tjiptono & Gregorius Chandra, Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Lovelock, Christopher & Wirtz Jochen, 2007, *Service Marketing*. Edisi ke 6. Pearson Prentice Hall. United States of America.
- M. Nur Nasution. 2004. *Manajemen Jasa Terpadu*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Miranda, Tavares, Queiró, 2017, *Perceived Service Quality and Customer Satisfaction: A fuzzy Set QCA Approach in the Railway Sector*. Journal. Journal of Business Research.
- Mulyadi, Setyawan. 2007. *Sistem Perencanaan & Pengendalian Manajemen*. Penerbit Salemba Empat, Jakarta.

- Radovic-Markovic, M., Farooq, M.S., Markovic, D., 2017, *Strengthening the resilience of small and medium-sized enterprises*. In: Management, Enterprise and Benchmarking in the 21st Century IV. Presented at the Management, Enterprise and Benchmarking in the 21st Century. Óbuda University, Budapest, pp
- Russel, R. S. dan Taylor, B. W. III, 1996, *Production and Operations Management: Focusing on Quality and Competitiveness*, New Jersey: Prentice Hall. Inc
- Scherkenbach, WW, 1991, *Deming's Road to Continual Improvement*, Knoxville, USA: SPC Press.
- Sugiyono, 2008, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung Alfabeta
- Sugiyono, 2012, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sutiadi, 2003, *Motivasi Karyawan Dan Aktifitas Manajerial Kepemimpinan Terhadap Kinerja Karyawan*. Pasca Sarjana, Universitas Brawijaya, Malang
- Wibowo, 2007, *Manajemen Kinerja*, Rajawali Press, Jakarta.
- Yamit, Zulian, 2004, *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Edisi I. Yogyakarta : EKONISI.





KUESIONER

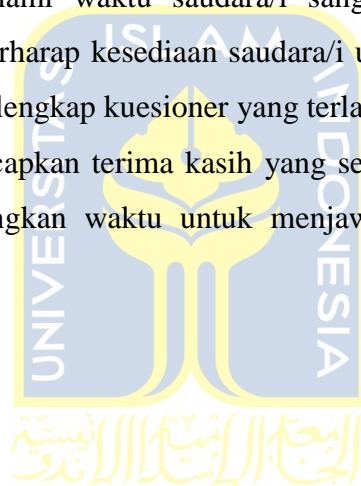
KATA PENGANTAR

Dengan hormat,

Dalam rangka melengkapi data yang diperlukan untuk memenuhi tugas akhir, bersama ini peneliti menyampaikan kuesioner penelitian mengenai “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kinerja Perusahaan pada Jasa Transportasi PT. Kereta Api Indonesia”. Adapun hasil dari kuesioner ini akan digunakan sebagai bahan penyusunan tugas akhir pada prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia.

Peneliti memahami waktu saudara/i sangatlah terbatas dan berharga, namun peneliti juga berharap kesediaan saudara/i untuk membantu penelitian ini dengan mengisi secara lengkap kuesioner yang terlampir.

Peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas kesediaan saudara/i telah meluangkan waktu untuk menjawab semua pertanyaan dalam kuesioner ini.



Peneliti,

Isnaini Nur Hasanah

Profil Responden

Petunjuk:

Berilah tanda silang (X) pada huruf jawaban yang sesuai dengan diri anda

1. Jenis kelamin

- a. Pria b. Wanita

2. Usia

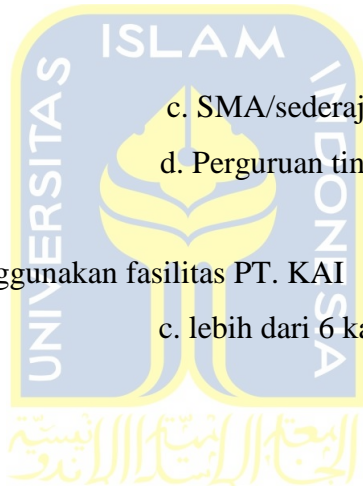
- a. Kurang dari 20 tahun c. 31 – 40 tahun e. Lebih dari 50 tahun
b. 21 – 30 tahun d. 41 – 50 tahun

3. Pendidikan

- a. SD c. SMA/ sederajat e. Lainnya
b. SMP d. Perguruan tinggi

4. Intensitas menggunakan fasilitas PT. KAI

- a. 1 – 3 kali c. lebih dari 6 kali
b. 4 – 6 kali



Isilah tanda silang (X) pada jawaban yang bapak/Ibu/Sdr/I anggap paling cocok.

Keterangan :

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

N : Cukup

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

ITEM PERNYATAAN:

A. Kualitas Pelayanan

1. Kualitas Pelayanan Bukti Langsung di Kereta Api (*Train Tangibles*)

| No | Item Kualitas Pelayanan | SS | S | N | TS | STS |
|----|--|----|---|---|----|-----|
| 1 | PT. KAI memiliki tempat duduk didalam gerbong kereta yang bersih dan nyaman | | | | | |
| 2 | PT. KAI memiliki fasilitas toilet didalam gerbong kereta yang bersih | | | | | |
| 3 | PT. KAI memiliki alat pendingin ruangan (<i>air conditioner</i>) didalam gerbong kereta yang berfungsi dengan baik | | | | | |
| 4 | PT. KAI memiliki tempat bagasi yang memadai | | | | | |

2. Kualitas Pelayanan Bukti Langsung di Stasiun Kereta Api (*Station Tangibles*)

| No | Item Kualitas Pelayanan | SS | S | N | TS | STS |
|----|---|----|---|---|----|-----|
| 1 | Ruang tunggu Stasiun PT. KAI memiliki daya tampung yang memadai | | | | | |
| 2 | Penampilan ruang tunggu Stasiun PT. KAI memiliki desain yang menarik | | | | | |
| 3 | Stasiun PT. KAI memiliki ruang tunggu yang bersih dan nyaman | | | | | |
| 4 | Stasiun PT. KAI memiliki tempat parkir yang memadai | | | | | |
| 5 | Stasiun PT. KAI memiliki tempat penjualan tiket yang nyaman serta memudahkan proses pembelian tiket | | | | | |

3. Kualitas Pelayanan Personil (*Personnel*)

| No | Item Kualitas Pelayanan | SS | S | N | TS | STS |
|----|---|----|---|---|----|-----|
| 1 | Karyawan PT. KAI bersedia menjawab pertanyaan masalah perkereta apian yang diajukan oleh penumpang | | | | | |
| 2 | Karyawan PT. KAI memiliki kesigapan dalam membantu penumpang yang mengalami masalah perkereta apian | | | | | |
| 3 | Karyawan PT. KAI memberikan pelayanan yang baik tanpa melakukan kesalahan | | | | | |

| | | | | | | |
|---|---|--|--|--|--|--|
| 4 | Karyawan PT. KAI memahami kebutuhan penumpang | | | | | |
|---|---|--|--|--|--|--|

4. Kualitas Pelayanan Kehandalan (*Reliability*)

| No | Item Kualitas Pelayanan | SS | S | N | TS | STS |
|----|--|----|---|---|----|-----|
| 1 | PT. KAI bertanggung jawab dalam hal keamanan dan kenyamanan penumpang | | | | | |
| 2 | Resepsionis PT. KAI mampu dengan teliti memverifikasi permintaan reservasi | | | | | |
| 3 | Jam keberangkatan kereta tepat waktu | | | | | |
| 4 | Jam tiba kereta di tempat tujuan tepat waktu | | | | | |

5. Kualitas Pelayanan Empati (*Empathy*)

| No | Item Kualitas Pelayanan | SS | S | N | TS | STS |
|----|--|----|---|---|----|-----|
| 1 | Karyawan PT. KAI memberikan pelayanan yang ramah dan sopan | | | | | |
| 2 | Karyawan PT. KAI memberikan pelayanan yang sama kepada semua penumpang | | | | | |
| 3 | PT. KAI mengomunikasikan kompensasi kerugian atau bahaya dengan jelas | | | | | |

6. Kualitas Pelayanan *Image*

| No | Item Kualitas Pelayanan | SS | S | N | TS | STS |
|----|-------------------------|----|---|---|----|-----|
|----|-------------------------|----|---|---|----|-----|

| | | | | | | |
|---|---|--|--|--|--|--|
| 1 | Pihak PT. KAI menetapkan harga tiket kereta yang sesuai dengan pelayanan yang diberikan | | | | | |
| 2 | Pihak PT. KAI selalu melakukan inovasi pada fasilitas stasiun dan kereta api | | | | | |
| 3 | Pihak PT. KAI selalu melakukan peningkatan kualitas pelayanan | | | | | |
| 4 | PT. KAI memiliki harga tiket yang terjangkau oleh masyarakat | | | | | |

B. Kinerja Perusahaan

| No | Item Kinerja Perusahaan | SS | S | N | TS | STS |
|----|---|----|---|---|----|-----|
| 1 | Pendapatan PT. KAI dari waktu ke waktu selalu meningkat | | | | | |
| 2 | Fasilitas di stasiun kereta api semakin baik dan lengkap | | | | | |
| 3 | Jumlah gerbong kereta api tujuan tertentu meningkat dari waktu ke waktu | | | | | |
| 4 | Kecelakaan kereta api semakin jarang terjadi | | | | | |
| 5 | Rambu-rambu lalu lintas kereta api semakin jelas, lengkap, dan tertata rapi | | | | | |
| 6 | Kursi didalam gerbong kereta api selalu terisi penuh | | | | | |
| 7 | Tampilan atau fisik didalam gerbong kereta api selalu tertata dengan rapi | | | | | |

LAMPIRAN KARAKTERISTIK RESPONDEN

Jenis Kelamin

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|--------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Pria | 32 | 33,3 | 33,3 | 33,3 |
| Valid Wanita | 64 | 66,7 | 66,7 | 100,0 |
| Total | 96 | 100,0 | 100,0 | |

Usia

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| 21 – 30 tahun | 91 | 94,8 | 94,8 | 94,8 |
| Valid > 50 tahun | 5 | 5,2 | 5,2 | 100,0 |
| Total | 96 | 100,0 | 100,0 | |

Pendidikan Terakhir

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|------------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| SMA | 57 | 59,4 | 59,4 | 59,4 |
| Valid Perguruan Tinggi | 39 | 40,6 | 40,6 | 100,0 |
| Total | 96 | 100,0 | 100,0 | |

Jumlah Penggunaan

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|----------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| 1-3 kali | 17 | 17,7 | 17,7 | 17,7 |
| Valid 4-6 Kali | 15 | 15,6 | 15,6 | 33,3 |
| > 6 kali | 64 | 66,7 | 66,7 | 100,0 |
| Total | 96 | 100,0 | 100,0 | |

| NO | TTA1 | TTA2 | TTA3 | TTA4 | TTATOT | STA1 | STA2 | STA3 | STA4 | STA5 | STATOT | PER1 | PER2 | PER3 | PER4 | PERTOT |
|----|------|------|------|------|--------|------|------|------|------|------|--------|------|------|------|------|--------|
| 1 | 4 | 3 | 4 | 5 | 16 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 21 | 5 | 5 | 4 | 4 | 18 |
| 2 | 4 | 2 | 4 | 2 | 12 | 4 | 2 | 3 | 5 | 3 | 17 | 4 | 4 | 2 | 4 | 14 |
| 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 12 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4 | 5 | 3 | 4 | 16 |
| 4 | 4 | 2 | 4 | 3 | 13 | 2 | 2 | 2 | 4 | 4 | 14 | 3 | 4 | 3 | 3 | 13 |
| 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 18 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 18 | 4 | 5 | 3 | 4 | 16 |
| 6 | 5 | 4 | 4 | 3 | 16 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 16 | 4 | 3 | 2 | 4 | 13 |
| 7 | 4 | 5 | 5 | 3 | 17 | 4 | 2 | 3 | 3 | 4 | 16 | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 |
| 8 | 4 | 3 | 4 | 4 | 15 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 16 | 3 | 3 | 3 | 4 | 13 |
| 9 | 3 | 3 | 3 | 4 | 13 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 18 | 4 | 4 | 3 | 3 | 14 |
| 10 | 3 | 3 | 3 | 4 | 13 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 18 | 4 | 4 | 3 | 3 | 14 |
| 11 | 5 | 4 | 4 | 3 | 16 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 22 | 4 | 4 | 3 | 3 | 14 |
| 12 | 5 | 3 | 4 | 4 | 16 | 1 | 2 | 3 | 4 | 3 | 13 | 4 | 4 | 3 | 4 | 15 |
| 13 | 4 | 3 | 3 | 3 | 13 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 14 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 15 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 16 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 | 5 | 3 | 3 | 2 | 3 | 16 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 17 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 17 | 4 | 4 | 4 | 3 | 15 |
| 18 | 4 | 2 | 4 | 4 | 14 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 16 | 4 | 4 | 3 | 3 | 14 |
| 19 | 4 | 3 | 4 | 2 | 13 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 20 | 5 | 3 | 5 | 4 | 17 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 21 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 21 | 4 | 3 | 4 | 2 | 13 | 1 | 2 | 2 | 2 | 4 | 11 | 4 | 4 | 3 | 4 | 15 |
| 22 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 2 | 4 | 4 | 2 | 16 | 4 | 4 | 1 | 4 | 13 |
| 23 | 4 | 4 | 4 | 2 | 14 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 22 | 4 | 5 | 3 | 4 | 16 |
| 24 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 5 | 5 | 2 | 5 | 17 |
| 25 | 3 | 4 | 3 | 4 | 14 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 19 | 4 | 3 | 3 | 4 | 14 |
| 26 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 18 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 27 | 4 | 3 | 4 | 4 | 15 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4 | 4 | 4 | 3 | 15 |
| 28 | 5 | 3 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 19 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 29 | 5 | 3 | 4 | 5 | 17 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 19 | 3 | 5 | 4 | 4 | 16 |
| 30 | 4 | 4 | 3 | 4 | 15 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 17 | 4 | 3 | 3 | 3 | 13 |
| 31 | 3 | 2 | 5 | 5 | 15 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 22 | 5 | 5 | 4 | 4 | 18 |
| 32 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 20 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 33 | 4 | 4 | 5 | 4 | 17 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 34 | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 18 | 5 | 5 | 3 | 4 | 17 |
| 35 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 36 | 4 | 3 | 3 | 3 | 13 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 14 | 2 | 3 | 3 | 3 | 11 |
| 37 | 3 | 2 | 3 | 3 | 11 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 38 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 15 | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 39 | 3 | 3 | 4 | 3 | 13 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 13 | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 40 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 18 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 41 | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 5 | 5 | 3 | 3 | 16 |
| 42 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 19 | 4 | 4 | 3 | 4 | 15 |
| 43 | 4 | 3 | 4 | 4 | 15 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4 | 3 | 3 | 4 | 14 |
| 44 | 4 | 3 | 3 | 3 | 13 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 19 | 4 | 4 | 3 | 3 | 14 |
| 45 | 4 | 2 | 4 | 4 | 14 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 3 | 4 | 15 |
| 46 | 3 | 3 | 4 | 3 | 13 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 16 | 5 | 3 | 3 | 3 | 14 |
| 47 | 5 | 4 | 5 | 5 | 19 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 19 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 48 | 5 | 4 | 4 | 3 | 16 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 20 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 49 | 4 | 3 | 4 | 3 | 14 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 16 | 3 | 3 | 4 | 4 | 14 |
| 50 | 5 | 5 | 5 | 3 | 18 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 14 | 4 | 4 | 3 | 3 | 14 |
| 51 | 4 | 3 | 4 | 4 | 15 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4 | 3 | 3 | 3 | 13 |
| 52 | 1 | 1 | 1 | 2 | 5 | 1 | 3 | 3 | 3 | 1 | 11 | 1 | 1 | 1 | 1 | 4 |
| 53 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 | 4 | 4 | 3 | 3 | 14 |
| 54 | 4 | 1 | 4 | 4 | 13 | 3 | 3 | 2 | 2 | 4 | 14 | 3 | 3 | 3 | 2 | 11 |
| 55 | 4 | 3 | 4 | 4 | 15 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 21 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 |
| 56 | 4 | 3 | 5 | 5 | 17 | 4 | 3 | 3 | 5 | 3 | 18 | 5 | 4 | 3 | 3 | 15 |
| 57 | 4 | 3 | 4 | 4 | 15 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 22 | 4 | 2 | 3 | 3 | 12 |
| 58 | 4 | 3 | 5 | 3 | 15 | 4 | 2 | 3 | 4 | 5 | 18 | 5 | 5 | 4 | 4 | 18 |
| 59 | 5 | 5 | 5 | 3 | 18 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 24 | 5 | 5 | 5 | 3 | 18 |
| 60 | 4 | 3 | 5 | 4 | 16 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 18 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 61 | 5 | 5 | 4 | 5 | 19 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 23 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 62 | 3 | 2 | 3 | 3 | 11 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 |
| 63 | 4 | 4 | 5 | 3 | 16 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 20 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---------|-------|-------|-------|------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 64 | 3 | 3 | 4 | 4 | 14 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 13 | 3 | 3 | 2 | 3 | 11 |
| 65 | 4 | 2 | 4 | 3 | 13 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 17 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 66 | 4 | 3 | 5 | 4 | 16 | 2 | 3 | 3 | 4 | 5 | 17 | 4 | 4 | 3 | 3 | 14 |
| 67 | 3 | 3 | 3 | 4 | 13 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 18 | 5 | 4 | 4 | 3 | 16 |
| 68 | 4 | 4 | 5 | 3 | 16 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 20 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 69 | 4 | 3 | 4 | 5 | 16 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 17 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 |
| 70 | 4 | 3 | 4 | 4 | 15 | 4 | 3 | 3 | 2 | 2 | 14 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 71 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4 | 4 | 3 | 3 | 14 |
| 72 | 3 | 2 | 4 | 3 | 12 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 17 | 2 | 1 | 1 | 1 | 5 |
| 73 | 3 | 1 | 3 | 3 | 10 | 2 | 3 | 3 | 4 | 2 | 14 | 5 | 5 | 4 | 4 | 18 |
| 74 | 4 | 3 | 5 | 5 | 17 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 24 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 75 | 4 | 3 | 5 | 4 | 16 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 18 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 76 | 4 | 3 | 4 | 3 | 14 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 17 | 4 | 4 | 3 | 4 | 15 |
| 77 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 15 | 3 | 4 | 5 | 4 | 16 |
| 78 | 4 | 2 | 4 | 4 | 14 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 16 | 4 | 3 | 4 | 3 | 14 |
| 79 | 4 | 3 | 2 | 3 | 12 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 12 | 4 | 3 | 3 | 4 | 14 |
| 80 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 19 | 4 | 4 | 3 | 4 | 15 |
| 81 | 5 | 4 | 5 | 5 | 19 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 17 | 4 | 5 | 4 | 4 | 17 |
| 82 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 22 | 5 | 5 | 4 | 3 | 17 |
| 83 | 5 | 3 | 4 | 2 | 14 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 22 | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 |
| 84 | 4 | 3 | 4 | 4 | 15 | 3 | 2 | 2 | 4 | 4 | 15 | 4 | 4 | 3 | 4 | 15 |
| 85 | 4 | 4 | 3 | 4 | 15 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 17 | 3 | 4 | 4 | 3 | 14 |
| 86 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 19 | 4 | 4 | 2 | 4 | 14 |
| 87 | 4 | 3 | 4 | 4 | 15 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 19 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 88 | 3 | 2 | 2 | 3 | 10 | 3 | 2 | 3 | 3 | 1 | 12 | 3 | 3 | 2 | 2 | 10 |
| 89 | 5 | 3 | 4 | 4 | 16 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 19 | 4 | 4 | 5 | 4 | 17 |
| 90 | 4 | 4 | 2 | 4 | 14 | 4 | 4 | 2 | 2 | 3 | 15 | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 91 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 5 | 5 | 2 | 5 | 22 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 92 | 3 | 4 | 3 | 5 | 15 | 4 | 2 | 4 | 4 | 5 | 19 | 5 | 4 | 4 | 2 | 15 |
| 93 | 4 | 3 | 3 | 3 | 13 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 17 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 94 | 2 | 2 | 4 | 4 | 12 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 16 | 3 | 3 | 2 | 3 | 11 |
| 95 | 3 | 2 | 3 | 2 | 10 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 17 | 4 | 2 | 3 | 3 | 12 |
| 96 | 5 | 4 | 4 | 5 | 18 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 20 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| TOTAL | 386 | 315 | 380 | 361 | 1442 | 340 | 310 | 346 | 352 | 358 | 1706 | 380 | 373 | 330 | 347 | 1430 |
| ATA-RAT | 4.021 | 3.281 | 3.958 | 3.76 | 3.755 | 3.542 | 3.229 | 3.604 | 3.667 | 3.729 | 3.554 | 3.958 | 3.885 | 3.438 | 3.615 | 3.724 |

Keterangan

TTA : Train Tangibles

STA : Station Tangibles

PER : Personnel



| NO | REL1 | REL2 | REL3 | REL4 | RELTOT | EMP1 | EMP2 | EMP3 | EMPTOT | IMG1 | IMG2 | IMG3 | IMG4 | IMGTOT |
|----|------|------|------|------|--------|------|------|------|--------|------|------|------|------|--------|
| 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 5 | 4 | 4 | 13 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 2 | 5 | 4 | 5 | 4 | 18 | 4 | 4 | 3 | 11 | 4 | 2 | 3 | 3 | 12 |
| 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 | 4 | 4 | 3 | 11 | 3 | 3 | 4 | 3 | 13 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 15 | 4 | 4 | 4 | 12 | 3 | 2 | 4 | 4 | 13 |
| 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 | 4 | 5 | 4 | 13 | 4 | 3 | 4 | 4 | 15 |
| 6 | 4 | 4 | 3 | 3 | 14 | 4 | 4 | 3 | 11 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 7 | 4 | 3 | 5 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 12 | 4 | 4 | 5 | 3 | 16 |
| 8 | 4 | 4 | 3 | 4 | 15 | 4 | 4 | 3 | 11 | 4 | 4 | 3 | 4 | 15 |
| 9 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 12 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 10 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 12 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 11 | 4 | 4 | 4 | 3 | 15 | 4 | 4 | 3 | 11 | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 |
| 12 | 4 | 5 | 3 | 3 | 15 | 3 | 4 | 3 | 10 | 3 | 5 | 5 | 5 | 18 |
| 13 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 3 | 11 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 14 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 | 4 | 4 | 4 | 12 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 15 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 | 4 | 4 | 4 | 12 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 16 | 4 | 3 | 4 | 4 | 15 | 5 | 5 | 3 | 13 | 5 | 4 | 5 | 5 | 19 |
| 17 | 3 | 3 | 2 | 3 | 11 | 3 | 3 | 3 | 9 | 3 | 4 | 4 | 3 | 14 |
| 18 | 4 | 4 | 4 | 3 | 15 | 3 | 4 | 4 | 11 | 4 | 3 | 3 | 4 | 14 |
| 19 | 3 | 4 | 5 | 5 | 17 | 4 | 4 | 2 | 10 | 4 | 3 | 4 | 4 | 15 |
| 20 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 | 5 | 5 | 5 | 15 | 5 | 5 | 5 | 4 | 19 |
| 21 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 | 4 | 4 | 3 | 11 | 4 | 3 | 3 | 4 | 14 |
| 22 | 4 | 4 | 3 | 4 | 15 | 4 | 5 | 4 | 13 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 23 | 4 | 4 | 3 | 5 | 16 | 4 | 5 | 4 | 13 | 5 | 4 | 4 | 5 | 18 |
| 24 | 5 | 5 | 3 | 5 | 18 | 5 | 5 | 4 | 14 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 25 | 4 | 4 | 4 | 3 | 15 | 4 | 4 | 4 | 12 | 3 | 4 | 4 | 3 | 14 |
| 26 | 4 | 4 | 2 | 2 | 12 | 4 | 4 | 4 | 12 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 27 | 3 | 3 | 2 | 2 | 10 | 4 | 4 | 3 | 11 | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 28 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 12 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 29 | 4 | 4 | 2 | 2 | 12 | 4 | 4 | 2 | 10 | 3 | 3 | 3 | 4 | 13 |
| 30 | 3 | 3 | 4 | 4 | 14 | 3 | 3 | 3 | 9 | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 31 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 5 | 4 | 13 | 4 | 3 | 3 | 4 | 14 |
| 32 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 | 4 | 4 | 3 | 11 | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 |
| 33 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 | 4 | 4 | 4 | 12 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 34 | 3 | 5 | 3 | 5 | 16 | 4 | 5 | 4 | 13 | 5 | 4 | 4 | 5 | 18 |
| 35 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 | 4 | 4 | 4 | 12 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 36 | 3 | 3 | 3 | 2 | 11 | 3 | 3 | 3 | 9 | 2 | 3 | 3 | 2 | 10 |
| 37 | 3 | 3 | 2 | 2 | 10 | 3 | 3 | 2 | 8 | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 38 | 3 | 4 | 4 | 2 | 13 | 3 | 4 | 3 | 10 | 3 | 2 | 3 | 3 | 11 |
| 39 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 | 3 | 3 | 4 | 10 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 40 | 3 | 4 | 5 | 5 | 17 | 5 | 5 | 2 | 12 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 41 | 4 | 3 | 5 | 4 | 16 | 4 | 4 | 3 | 11 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 42 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 12 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 43 | 4 | 3 | 5 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 12 | 4 | 3 | 4 | 2 | 13 |
| 44 | 3 | 4 | 3 | 3 | 13 | 3 | 4 | 5 | 12 | 5 | 5 | 4 | 3 | 17 |

| | | | | | | | | | | | | | | |
|-----------|-------|-------|-------|------|----------|-------|-------|-------|---------|------|------|-------|-------|-----------|
| 44 | 3 | 4 | 3 | 3 | 13 | 3 | 4 | 5 | 12 | 5 | 5 | 4 | 3 | 17 |
| 45 | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 | 4 | 4 | 3 | 11 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 46 | 4 | 3 | 3 | 3 | 13 | 4 | 5 | 3 | 12 | 2 | 3 | 3 | 4 | 12 |
| 47 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 5 | 5 | 15 | 5 | 4 | 4 | 5 | 18 |
| 48 | 5 | 5 | 4 | 4 | 18 | 4 | 4 | 4 | 12 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 |
| 49 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 3 | 11 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 50 | 5 | 4 | 3 | 3 | 15 | 4 | 5 | 5 | 14 | 5 | 3 | 4 | 3 | 15 |
| 51 | 3 | 4 | 5 | 5 | 17 | 4 | 4 | 2 | 10 | 4 | 4 | 5 | 4 | 17 |
| 52 | 1 | 1 | 2 | 1 | 5 | 1 | 1 | 1 | 3 | 1 | 1 | 1 | 2 | 5 |
| 53 | 4 | 3 | 3 | 3 | 13 | 4 | 4 | 3 | 11 | 3 | 4 | 4 | 3 | 14 |
| 54 | 3 | 3 | 5 | 4 | 15 | 3 | 3 | 4 | 10 | 4 | 3 | 3 | 4 | 14 |
| 55 | 4 | 4 | 3 | 2 | 13 | 4 | 4 | 4 | 12 | 4 | 3 | 3 | 3 | 13 |
| 56 | 3 | 3 | 4 | 3 | 13 | 3 | 4 | 3 | 10 | 3 | 4 | 4 | 3 | 14 |
| 57 | 4 | 3 | 5 | 5 | 17 | 4 | 5 | 2 | 11 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 58 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 5 | 4 | 14 | 4 | 5 | 4 | 4 | 17 |
| 59 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 5 | 2 | 12 | 2 | 5 | 5 | 5 | 17 |
| 60 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 12 | 5 | 3 | 4 | 4 | 16 |
| 61 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 | 5 | 2 | 12 | 2 | 5 | 5 | 5 | 17 |
| 62 | 4 | 3 | 3 | 3 | 13 | 3 | 3 | 2 | 8 | 3 | 3 | 4 | 3 | 13 |
| 63 | 4 | 3 | 5 | 4 | 16 | 5 | 5 | 5 | 15 | 5 | 5 | 4 | 5 | 19 |
| 64 | 3 | 3 | 1 | 2 | 9 | 3 | 2 | 2 | 7 | 4 | 5 | 4 | 3 | 16 |
| 65 | 4 | 4 | 3 | 3 | 14 | 4 | 4 | 4 | 12 | 4 | 3 | 3 | 3 | 13 |
| 66 | 4 | 4 | 2 | 3 | 13 | 4 | 4 | 1 | 9 | 4 | 4 | 3 | 5 | 16 |
| 67 | 4 | 4 | 4 | 3 | 15 | 5 | 4 | 3 | 12 | 3 | 4 | 3 | 4 | 14 |
| 68 | 4 | 4 | 3 | 3 | 14 | 4 | 4 | 3 | 11 | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 |
| 69 | 4 | 4 | 4 | 3 | 15 | 4 | 4 | 4 | 12 | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 |
| 70 | 4 | 4 | 2 | 2 | 12 | 4 | 4 | 4 | 12 | 4 | 3 | 4 | 4 | 15 |
| 71 | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 | 4 | 4 | 4 | 12 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 72 | 3 | 2 | 4 | 4 | 13 | 2 | 2 | 2 | 6 | 2 | 3 | 3 | 4 | 12 |
| 73 | 4 | 5 | 4 | 4 | 17 | 4 | 4 | 4 | 12 | 5 | 4 | 3 | 4 | 16 |
| 74 | 3 | 4 | 5 | 5 | 17 | 4 | 4 | 2 | 10 | 4 | 5 | 4 | 4 | 17 |
| 75 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 4 | 12 | 5 | 3 | 4 | 4 | 16 |
| 76 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 3 | 11 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 77 | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 | 4 | 5 | 5 | 14 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 78 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 3 | 11 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 79 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 3 | 3 | 10 | 2 | 4 | 5 | 5 | 16 |
| 80 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 | 4 | 4 | 4 | 12 | 4 | 5 | 4 | 4 | 17 |
| 81 | 4 | 4 | 4 | 3 | 15 | 4 | 5 | 4 | 13 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 82 | 5 | 4 | 5 | 4 | 18 | 4 | 4 | 5 | 13 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 83 | 5 | 5 | 4 | 3 | 17 | 5 | 5 | 2 | 12 | 5 | 4 | 5 | 5 | 19 |
| 84 | 4 | 3 | 4 | 4 | 15 | 3 | 2 | 2 | 7 | 4 | 2 | 3 | 4 | 13 |
| 85 | 4 | 3 | 4 | 4 | 15 | 3 | 3 | 4 | 10 | 4 | 3 | 4 | 4 | 15 |
| 86 | 4 | 4 | 4 | 3 | 15 | 4 | 4 | 4 | 12 | 4 | 2 | 5 | 5 | 16 |
| 87 | 4 | 4 | 3 | 3 | 14 | 4 | 4 | 4 | 12 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 88 | 4 | 4 | 3 | 4 | 15 | 4 | 4 | 1 | 9 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 89 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 | 4 | 4 | 5 | 13 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 90 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 | 4 | 3 | 11 | 4 | 4 | 4 | 3 | 15 |
| 91 | 5 | 5 | 5 | 4 | 19 | 4 | 4 | 3 | 11 | 2 | 4 | 4 | 4 | 14 |
| 92 | 3 | 5 | 5 | 3 | 16 | 5 | 5 | 3 | 13 | 2 | 2 | 2 | 2 | 8 |
| 93 | 4 | 4 | 3 | 3 | 14 | 4 | 4 | 4 | 12 | 4 | 3 | 4 | 4 | 15 |
| 94 | 3 | 3 | 5 | 4 | 15 | 3 | 3 | 1 | 7 | 3 | 3 | 3 | 2 | 11 |
| 95 | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 | 4 | 4 | 2 | 10 | 1 | 3 | 3 | 4 | 11 |
| 96 | 3 | 2 | 4 | 2 | 11 | 2 | 5 | 4 | 11 | 2 | 5 | 4 | 2 | 13 |
| TOTAL | 371 | 367 | 375 | 361 | 1474 | 374 | 387 | 321 | 1082 | 361 | 360 | 373 | 373 | 1467 |
| RATA-RATA | 3.865 | 3.823 | 3.906 | 3.76 | 3.838542 | 3.896 | 4.031 | 3.344 | 3.75694 | 3.76 | 3.75 | 3.885 | 3.885 | 3.8203125 |

Keterangan

REL: Reliability

EMP: Empathy

IMG: Image

| NO | KP1 | KP2 | KP3 | KP4 | KP5 | KP6 | KP7 | KINERJA PERUSAHAAN (Y) |
|----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|------------------------|
| 1 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 29 |
| 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 23 |
| 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 28 |
| 4 | 2 | 4 | 4 | 2 | 3 | 4 | 4 | 23 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 30 |
| 6 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 26 |
| 7 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 29 |
| 8 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 27 |
| 9 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 28 |
| 10 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 28 |
| 11 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 28 |
| 12 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 28 |
| 13 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 28 |
| 14 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 20 |
| 15 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 21 |
| 16 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 | 29 |
| 17 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 25 |
| 18 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 27 |
| 19 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 28 |
| 20 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 31 |
| 21 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 30 |
| 22 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 30 |
| 23 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 29 |
| 24 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 33 |
| 25 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 27 |
| 26 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 28 |
| 27 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 25 |
| 28 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 28 |
| 29 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 29 |
| 30 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 21 |
| 31 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 33 |
| 32 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 32 |
| 33 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 28 |
| 34 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 28 |
| 35 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 29 |
| 36 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 20 |
| 37 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 23 |
| 38 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 26 |
| 39 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 27 |
| 40 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 35 |
| 41 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 27 |
| 42 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 28 |
| 43 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 27 |
| 44 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 30 |

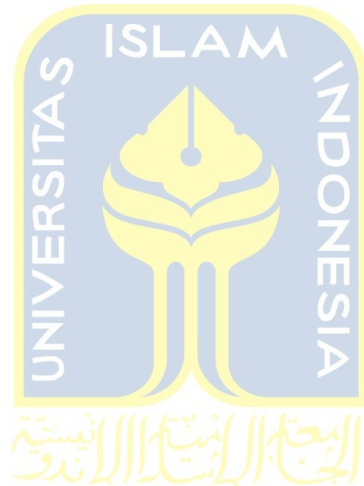
| | | | | | | | | |
|------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|-------------|
| 45 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 28 |
| 46 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 27 |
| 47 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 35 |
| 48 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 30 |
| 49 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 26 |
| 50 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 5 | 28 |
| 51 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 30 |
| 52 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 18 |
| 53 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 25 |
| 54 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 28 |
| 55 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 27 |
| 56 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 28 |
| 57 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 33 |
| 58 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 34 |
| 59 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 33 |
| 60 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 28 |
| 61 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 35 |
| 62 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 27 |
| 63 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 29 |
| 64 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 22 |
| 65 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 27 |
| 66 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 29 |
| 67 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 22 |
| 68 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 29 |
| 69 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 29 |
| 70 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 21 |
| 71 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 28 |
| 72 | 3 | 2 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 20 |
| 73 | 4 | 4 | 2 | 4 | 5 | 4 | 5 | 28 |
| 74 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 31 |
| 75 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 28 |
| 76 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 28 |
| 77 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 32 |
| 78 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 28 |
| 79 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 4 | 4 | 22 |
| 80 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 30 |
| 81 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 34 |
| 82 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 33 |
| 83 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 31 |
| 84 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 23 |
| 85 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 25 |
| 86 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 28 |
| 87 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 27 |
| 88 | 4 | 4 | 2 | 2 | 1 | 4 | 4 | 21 |
| 89 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 28 |
| 90 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 26 |
| 91 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 28 |
| 92 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 34 |
| 93 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 26 |
| 94 | 3 | 3 | 1 | 3 | 3 | 3 | 4 | 20 |
| 95 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 21 |
| 96 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 25 |
| TOTAL | 3.9688 | 3.9167 | 3.7813 | 3.8438 | 3.8125 | 3.9792 | 4.2188 | 2642 |
| RATA-RATA | 3.969 | 3.917 | 3.781 | 3.844 | 3.813 | 3.979 | 4.219 | 3.931547619 |

Keterangan:
 KP: Kinerja Perusahaan

LAMPIRAN. UJI DESKRIPTIF

Descriptive Statistics

| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
|--------------------|----|---------|---------|-------|----------------|
| Train tangibles | 96 | 5 | 20 | 15,15 | 2,579 |
| Station tangibles | 96 | 11 | 25 | 18,20 | 3,134 |
| Personne | 96 | 5 | 20 | 14,99 | 2,585 |
| Reliability | 96 | 5 | 20 | 15,32 | 2,618 |
| Empathy | 96 | 6 | 15 | 11,43 | 1,805 |
| Image | 96 | 5 | 20 | 15,39 | 2,430 |
| Kinerja perusahaan | 96 | 18 | 35 | 27,52 | 3,756 |
| Valid N (listwise) | 96 | | | | |



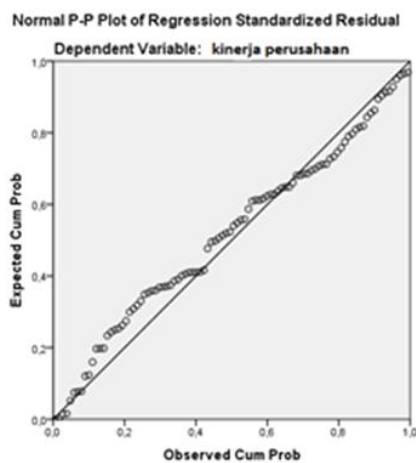
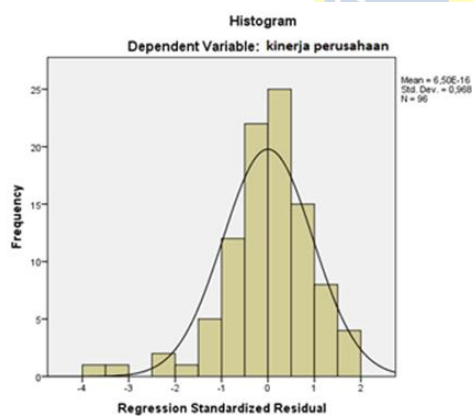
LAMPIRAN. UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

| | | Unstandardized Residual |
|----------------------------------|----------------|-------------------------|
| N | | 96 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | ,0000000 |
| | Std. Deviation | 2,12700607 |
| | Absolute | ,094 |
| Most Extreme Differences | Positive | ,052 |
| | Negative | -,094 |
| Kolmogorov-Smirnov Z | | ,923 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | ,362 |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.



LAMPIRAN. UJI MULTIKOLINEARITAS

Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
|-------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
| | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 1 (Constant) | 3,318 | 1,787 | | 1,857 | ,067 | | |
| Train tangibles | ,261 | ,127 | ,179 | 2,064 | ,042 | ,477 | 2,095 |
| Station tangibles | ,205 | ,101 | ,171 | 2,026 | ,046 | ,503 | 1,988 |
| Personne | ,171 | ,125 | ,117 | 1,359 | ,178 | ,483 | 2,071 |
| Reliability | ,351 | ,110 | ,245 | 3,187 | ,002 | ,610 | 1,640 |
| Empathy | ,372 | ,173 | ,179 | 2,145 | ,035 | ,520 | 1,924 |
| Image | ,281 | ,129 | ,182 | 2,175 | ,032 | ,517 | 1,935 |

a. Dependent Variable: kinerja perusahaan



LAMPIRAN. UJI HETEROKEDASTISITAS

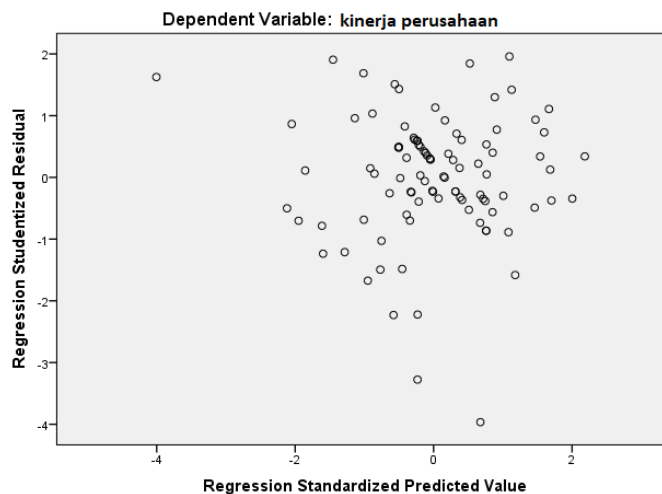
Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | 2,991 | 1,168 | | 2,561 | ,012 |
| Train tangibles | ,025 | ,083 | ,045 | ,303 | ,763 |
| Station tangibles | -,040 | ,066 | -,087 | -,601 | ,550 |
| Personne | ,088 | ,082 | ,159 | 1,077 | ,284 |
| Reliability | ,024 | ,072 | ,044 | ,331 | ,741 |
| Empathy | -,024 | ,113 | -,030 | -,213 | ,832 |
| Image | -,162 | ,084 | -,275 | -1,924 | ,058 |

a. Dependent Variable: ABS_RES



Scatterplot



LAMPIRAN. ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA

1. Determine

Model Summary^b

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | ,824 ^a | ,679 | ,658 | 2,198 |

a. Predictors: (Constant), Image , Station tangibles, Empathy , Reliability , Personne, Train tangibles

b. Dependent Variable: kinerja perusahaan

2. Uji F

ANOVA^a

| Model | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|--------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1 Regression | 910,164 | 6 | 151,694 | 31,412 | ,000 ^b |
| Residual | 429,795 | 89 | 4,829 | | |
| Total | 1339,958 | 95 | | | |

a. Dependent Variable: kinerja perusahaan

b. Predictors: (Constant), Image , Station tangibles, Empathy , Reliability , Personne, Train tangibles

3. Uji t



Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| (Constant) | 3,318 | 1,787 | | 1,857 | ,067 |
| Train tangibles | ,261 | ,127 | ,179 | 2,064 | ,042 |
| Station tangibles | ,205 | ,101 | ,171 | 2,026 | ,046 |
| Personne | ,171 | ,125 | ,117 | 1,359 | ,178 |
| Reliability | ,351 | ,110 | ,245 | 3,187 | ,002 |
| Empathy | ,372 | ,173 | ,179 | 2,145 | ,035 |
| Image | ,281 | ,129 | ,182 | 2,175 | ,032 |

a. Dependent Variable: kinerja perusahaan

Correlations

| | | Train Tangibles |
|-----------------|---------------------|-----------------|
| T1 | Pearson Correlation | ,783** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 |
| | N | 96 |
| T2 | Pearson Correlation | ,811** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 |
| | N | 96 |
| T3 | Pearson Correlation | ,785** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 |
| | N | 96 |
| T4 | Pearson Correlation | ,715** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 |
| | N | 96 |
| Train Tangibles | Pearson Correlation | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | |
| | N | 96 |

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | Number of Items |
|------------------|-----------------|
| | |

Correlations

| | | Station Tangibles |
|-------------------|---------------------|-------------------|
| S1 | Pearson Correlation | ,668** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 |
| | N | 96 |
| S2 | Pearson Correlation | ,782** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 |
| | N | 96 |
| S3 | Pearson Correlation | ,801** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 |
| | N | 96 |
| S4 | Pearson Correlation | ,669** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 |
| | N | 96 |
| S5 | Pearson Correlation | ,786** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 |
| | N | 96 |
| Station Tangibles | Pearson Correlation | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | |
| | N | 96 |

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

| | |
|------------|---|
| ch's Alpha | |
| .772 | 4 |

Reliability Statistics

| | |
|------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .792 | 5 |

Correlations

| | | Personnel |
|-----------|---------------------|-----------|
| P1 | Pearson Correlation | .786** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 |
| | N | 96 |
| P2 | Pearson Correlation | .882** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 |
| | N | 96 |
| P3 | Pearson Correlation | .771** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 |
| | N | 96 |
| P4 | Pearson Correlation | .788** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 |
| | N | 96 |
| Personnel | Pearson Correlation | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | |
| | N | 96 |

Correlations

| | | Reliability |
|-------------|---------------------|-------------|
| R1 | Pearson Correlation | .691** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 |
| | N | 96 |
| R2 | Pearson Correlation | .696** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 |
| | N | 96 |
| R3 | Pearson Correlation | .794** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 |
| | N | 96 |
| R4 | Pearson Correlation | .858** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 |
| | N | 96 |
| Reliability | Pearson Correlation | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | |
| | N | 96 |

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability Statistics

| | |
|------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .820 | 4 |

Reliability Statistics

| | |
|------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .758 | 4 |

Correlations

| | | Empathy |
|---------|---------------------|---------|
| E1 | Pearson Correlation | .752** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 |
| | N | 96 |
| E2 | Pearson Correlation | .828** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 |
| | N | 96 |
| E3 | Pearson Correlation | .787** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 |
| | N | 96 |
| Empathy | Pearson Correlation | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | |

Correlations

| | | Image |
|----|---------------------|--------|
| I1 | Pearson Correlation | .686** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 |
| | N | 96 |
| I2 | Pearson Correlation | .771** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 |
| | N | 96 |
| I3 | Pearson Correlation | .817** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 |
| | N | 96 |
| I4 | Pearson Correlation | .759** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 |

| | |
|---|----|
| N | 96 |
|---|----|

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .668 | 3 |

| | | |
|-------|---------------------|----|
| Image | N | 96 |
| | Pearson Correlation | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | |
| | N | 96 |

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .744 | 4 |

Correlations

| | | Kinerja Perusahaan |
|-----|---------------------|--------------------|
| KK1 | Pearson Correlation | .755** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 |
| | N | 96 |
| KK2 | Pearson Correlation | .819** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 |
| | N | 96 |
| KK3 | Pearson Correlation | .766** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 |
| | N | 96 |
| KK4 | Pearson Correlation | .802** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 |

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .877 | 7 |

| | | |
|----------------------|---------------------|--------|
| KK5 | N | 96 |
| | Pearson Correlation | ,743** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 |
| KK6 | N | 96 |
| | Pearson Correlation | ,713** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 |
| KK7 | N | 96 |
| | Pearson Correlation | ,758** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 |
| Kapuasan Konsumen | N | 96 |
| | Pearson Correlation | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | |
| | N | 96 |

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

