

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KENYAMANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT KERETA API INDONESIA

Oleh :
Dhahelsa Dwi Santhica, Musthofa Hadi
Email: dhahelsadwis08@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan (2) pengaruh kenyamanan terhadap kepuasan pelanggan KA Commuter Line Penataran relasi Surabaya via Malang,

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan eksplanatori. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *non-probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*. Jumlah sampel penelitian ini adalah 105 responden. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan (X1) dan kenyamanan (X2) secara parsial maupun simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Y). Koefisien determinasinya adalah 97%. Hal ini berarti bahwa kontribusi kualitas layanan dan kenyamanan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 97% dan sisanya 3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Kata-kata kunci: Kualitas Layanan, Kenyamanan, Kepuasan Pelanggan.

Abstract

This study aims to determine: (1) The influence of service quality on customer satisfaction, (2) The influence of convenience on customer satisfaction of the Penataran Commuter Line Train on the Surabaya via Malang route.

The type of research used in this research is quantitative research with an explanatory approach. The sampling technique used was non-probability sampling with a purposive sampling approach. The total sample size in this research was 105 respondents. The data collection technique used a questionnaire. The data analysis used was multiple linear regression

The results of this study indicate that service quality (X1) and convenience (X2) partially and simultaneously had a positive influence on customer satisfaction (Y). The determination coefficient was 97%. This means that the contribution of service quality and convenience to customer satisfaction is 97% and the remaining 3% is influenced by other factors not discussed in this study.

Keywords: Service quality, Convenience, Customer Satisfaction

1. Pendahuluan

Transportasi menjadi bagian yang penting untuk memudahkan orang dalam melakukan suatu perjalanan. Saat ini Kereta Api menjadi moda transportasi yang banyak

diminati masyarakat karena mempunyai waktu tempuh yang lebih cepat karena keunggulannya dalam hal ketepatan waktu, efisiensi, dan kapasitas angkut yang besar.

KA Commuter Line Penataran

merupakan salah satu layanan kereta api yang dioperasikan oleh PT Kereta Commuter Indonesia di wilayah Daop 8 Surabaya. PT KCI mencatat bahwa jumlah penumpang KA Commuter Line Dhoho-Penataran meningkat sebesar 24% pada periode September–Oktober 2024, dari 190.515 menjadi 235.613 penumpang. Untuk menyesuaikan lonjakan ini, sejak 1 Oktober 2024 jumlah gerbong ditambah dari enam gerbong menjadi delapan gerbong (Habibah, 2024).

Meskipun terjadi peningkatan jumlah penumpang, masih terdapat berbagai keluhan terkait aspek kualitas layanan dan kenyamanan perjalanan, seperti tidak optimalnya AC, ketidaksesuaian tempat duduk, dan keterlambatan informasi

perjalanan. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara peningkatan permintaan layanan dengan kualitas layanan yang dirasakan oleh pelanggan. Padahal, kualitas layanan merupakan faktor krusial dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Tjiptono dan Chandra (2017:87), dalam rangka menciptakan kepuasan pelanggan, produk yang ditawarkan organisasi harus berkualitas. Kualitas mencerminkan semua dimensi

penawaran produk yang menghasilkan manfaat (*benefits*) bagi pelanggan.

Faktor lain dalam mencapai kepuasan pelanggan bukan hanya mencakup kualitas layanan tetapi juga kenyamanan selama perjalanan. Castillo *et al* (2012) dalam Simanullang dan Sabil (2022:104) menemukan kepuasan waktu, kenyamanan, aksesibilitas, konektivitas, dan informasi sebagai faktor penting dari kepuasan pelanggan. Selama dalam perjalanan tentunya penumpang harus merasa nyaman sehingga bisa mendapatkan pengalaman perjalanan yang berkesan.

Hal tersebutlah yang melatarbelakangi peneliti mengambil judul penelitian “Pengaruh Kualitas Layanan dan Kenyamanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada KA Commuter Line Penataran relasi Surabaya via Malang)”. Temuan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi layanan PT Kereta Commuter Indonesia dalam meningkatkan kualitas layanan dan kenyamanan pelanggan secara berkelanjutan.

2.Kajian Pustaka

2.1.Kualitas Layanan

Kualitas pelayanan menurut Kotler dan

Keller (2016:156) merupakan totalitas fitur dan karakter suatu produk atau jasa yang dapat memenuhi kebutuhan.

2.2.Indikator Kualitas Layanan

Menurut Kotler dan Keller (2016:442) indikator kualitas layanan terdiri dari lima dimensi sebagai berikut:

- 1) Bukti fisik (*tangible*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.
- 2) Keandalan (*reliability*), yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
- 3) Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu keinginan para staf dan karyawan membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
- 4) Jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan.
- 5) Empati (*empathy*), meliputi kemudahan dalam menjalin hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

2.3.Kenyamanan

Kolcaba (2018:14) menyatakan bahwa “*Comfort is the immediate experience of being*

strengthened by having needs for relief, ease, and transcendence”. Artinya, kenyamanan atau rasa nyaman adalah suatu keadaan telah terpenuhinya kebutuhan dasar manusia yaitu kebutuhan ketentraman, kelegaan (keadaan tenang atau kepuasan), dan transenden (keadaan tentang suatu yang melebihi harapan).

2.4.Indikator Kenyamanan

Adapun indikator kenyamanan menurut Kolcaba (2018:11) yaitu:

- 1) Kenyamanan fisik, kenyamanan ini berkenaan dengan sensasi tubuh yang dirasakan oleh individu itu sendiri.
- 2) Kenyamanan psikospiritual, kenyamanan ini berkenaan dengan batin seseorang. Adanya kesadaran internal dari diri seseorang yang mencakup konsep diri, harga diri dan maksud kehidupan bagi dirinya.
- 3) Kenyamanan lingkungan, yaitu kenyamanan yang berkenaan dengan lingkungan, kondisi dan pengaruh dari luar kepada manusia seperti lingkungan udara, kebisingan, dan lain-lain.
- 4) Kenyamanan sosiokultural, berkenaan dengan hubungan antar personal, keluarga, kerabat, masyarakat seperti kegiatan

religious, tradisi dan lain-lain.

Dengan mempertimbangkan keempat indikator kenyamanan di atas, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan suatu layanan tidak sebatas menyediakan fasilitas fisik, tetapi juga pada kemampuan layanan dalam memenuhi kebutuhan emosional, spiritual, serta nilai budaya pengguna jasa.

2.5. Kepuasan Pelanggan

Kotler dan Keller (2016:153) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan seseorang senang atau kecewa yang dihasilkan dari membandingkan kinerja suatu produk (atau hasil) layanan yang dirasakan terhadap harapan.

2.6. Indikator Kepuasan Pelanggan

Tjiptono dalam Indrasari (2019:92) menyampaikan bahwa terdapat 3 indikator untuk mengukur kepuasan pelanggan diantaranya:

- 1) Kesesuaian harapan, merupakan tingkat kesesuaian kinerja jasa yang diharapkan oleh konsumen dengan yang dirasakan oleh konsumen.
- 2) Minat berkunjung kembali, merupakan kesediaan konsumen untuk berkunjung kembali atau melakukan pemakaian ulang

terhadap jasa terkait.

- 3) Ketersediaan merekomendasi, merupakan kesediaan konsumen untuk merekomendasikan jasa yang telah dirasakan kepada teman atau keluarga.

Kepuasan menjadi indikator yang penting untuk menilai efektivitas suatu layanan dan menetapkan strategi peningkatan kinerja yang berorientasi pada kebutuhan dan harapan pelanggan. Kepuasan tidak hanya menjadi standar keberhasilan layanan melainkan juga menjadi patokan dalam menciptakan loyalitas dan kepercayaan pelanggan dalam jangka panjang.

3. Metodologi Penelitian

3.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan *explanatory*

3.2. Populasi dan sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah penumpang KA Commuter Line Penataran dalam tiga bulan terakhir mulai dari bulan Oktober sampai Desember 2024 maka jumlah populasinya adalah 95.580 orang. Dalam

penelitian ini pengambilan sampel menggunakan rumus Slovin diperoleh jumlah sampel 99,9 yang kemudian dibulatkan menjadi 100 responden.

3.3. Teknik Sampling

Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *non-probability* dengan teknik sampling *purposive sampling*. Peneliti memilih teknik sampling *purposive sampling* karena peneliti menetapkan kriteria tertentu yang harus dipenuhi. Penelitian ini menggunakan kriteria responden sebagai berikut:

- a) Penumpang KA Commuter Line Penataran.
- b) Pernah bertransportasi menggunakan KA Commuter Line Penataran minimal dua kali.

3.4. Definisi Operasional Variabel

Terdapat tiga definisi operasional variabel pada penelitian ini yaitu definisi operasional variabel kualitas layanan (X1), kenyamanan (X2) sebagai variabel independen, dan kepuasan pelanggan (Y) sebagai variabel dependen.

1. Kualitas layanan diukur menggunakan lima indikator dari Kotler dan Keller (2016:442) yaitu (1) *tangible* dengan item

fasilitas fisik, perlengkapan, dan pegawai. (2) *reliability* dengan item segera dan memuaskan, (3) *responsiveness* dengan item bersedia membantu dan memberikan pelayanan dengan tanggap, (4) *assurance* dengan item pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan bebas dari bahaya, (5) *empathy* dengan item komunikasi yang baik, dan memahami kebutuhan pelanggan.

2. Kenyamanan diukur menggunakan indikator yang diadopsi dari Kolcaba (2018:11) yaitu (1) kenyamanan fisik dengan item fasilitas nyaman dan bebas dari aroma/bau, (2) kenyamanan psikospiritual dengan item bebas khawatir dan perasaan bebas diskriminasi, (3) kenyamanan lingkungan dengan item lingkungan udara yang nyaman dan tingkat kebisingan, (4) kenyamanan sosiokultural dengan item perasaan dihormati dan kesempatan beribadah.
3. Kepuasan pelanggan digunakan tiga indikator dari Tjiptono dalam Indrasari (2019:92) yaitu (1) kesesuaian harapan dengan item pelayanan sesuai yang di harapkan, dan fasilitas penunjang sesuai yang diharapkan, (2) minat berkunjung kembali dengan item pemakaian ulang

karena pelayanan, dan memakai ulang jasa karena fasilitas penunjang, (3) kesediaan merekomendasikan dengan item merekomendasikan kepada teman, dan merekomendasikan kepada keluarga.

3.5. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi dan kuesioner.

3.6. Metode Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah statistic deskriptif. Analisa deskriptif merupakan menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2019:206). Bahwa regresi linear berganda adalah analisis statistik yang digunakan untuk menguji hubungan pengaruh antara lebih dari satu variabel bebas atau variabel *independent* terhadap satu variabel terikat (*dependent*). Menurut Zahriyah (2021:62) dirumuskan persamaan linear berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Variabel Kepuasan Pelanggan

a = Konstanta

b₁, b₂, b₃ = Koefisien regresi variabel *independent*

X₁ = Kualitas Layanan X₂ = Kenyamanan

e = standar eror

4. Hasil Penelitian dan Bahasan

4.1. Hasil Penelitian

Model regresi penelitian adalah sebagai

$$Y = -0,375 + 0,323X_1 + 0,242X_2 + e$$

Konstanta a = - 0,375 artinya apabila kualitas layanan (X₁) dan kenyamanan (X₂) diabaikan atau diasumsikan 0 (nol), maka nilai kepuasan pelanggan (Y) sebesar -0,375. Koefisien regresi b₁ kualitas layanan = 0,323. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu unit pada variabel kualitas layanan (X₁) maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,323 dengan asumsi variabel kenyamanan (X₂) tetap konstan.

Koefisien regresi b₂ kenyamanan sebesar 0,242. jika nilai variabel kenyamanan (X₂) bertambah satu unit sementara nilai variabel kualitas layanan (X₁) adalah 0, maka nilai variabel kepuasan pelanggan (Y) akan bertambah sebesar 0,242.

Adjusted R Square (R²) sebesar 0,970

yang artinya variabel kualitas layanan dan kenyamanan memberikan kontribusi terhadap variabel kepuasan pelanggan sebesar 97%.

4.2. Bahasan

Mayoritas responden memiliki rute perjalanan Surabaya–Malang, menunjukkan potensi tingginya volume penumpang pada jalur tersebut. Temuan penelitian mengindikasikan bahwa kualitas layanan KA Commuter Line Penataran telah memberikan pengalaman positif bagi pelanggan, terlihat dari persepsi positif terhadap kebersihan, keamanan, dan sikap petugas. Perlengkapan penunjang seperti alat keselamatan juga dinilai mendukung kenyamanan dan rasa aman penumpang. Kenyamanan juga terbukti menjadi faktor penting dalam membentuk kepuasan pelanggan KA Commuter Line Penataran. Pelanggan tidak hanya menuntut kecepatan dan ketepatan waktu, tetapi juga mengharapkan suasana perjalanan yang aman, tenang, dan nondiskriminatif. Aspek kenyamanan mencakup dimensi fisik, psikospiritual, lingkungan, hingga sosiokultural, yang secara nyata diakomodasi oleh pengelola melalui fasilitas memadai, petugas yang sigap dan ramah, serta perhatian terhadap kebutuhan ibadah dan keamanan.

Ketika kualitas layanan dan kenyamanan dianalisis secara simultan, keduanya terbukti memberikan kontribusi besar terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa kombinasi layanan yang andal, aman, dan empatik dengan kenyamanan menyeluruh selama perjalanan menciptakan pengalaman yang berkesan dan mendorong loyalitas pelanggan. Dengan demikian, hasil penelitian ini menggarisbawahi pentingnya strategi terpadu dalam peningkatan layanan dan kenyamanan sebagai kunci menciptakan kepuasan pelanggan yang berkelanjutan.

5. Simpulan dan Saran

5.1. Simpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan menunjukkan hasil bahwa kualitas layanan terbukti berpengaruh positif dan signifikan meningkatkan kepuasan pelanggan KA Commuter Line Penataran. Sementara, kenyamanan terbukti secara berpengaruh positif dan signifikan meningkatkan kepuasan pelanggan KA Commuter Line Penataran. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa kualitas layanan dan kenyamanan secara simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan KA Commuter Line

Penataran.

5.2.Saran

Saran-saran yang dapat diberikan:KA Commuter Line Penataran sebaiknya tetap menjaga suhu AC di seluruh gerbong dan memastikan suhu AC sesuai dengan keadaan lingkungan udara untuk menjaga kenyamanan pelanggan selama perjalanan kereta api.

Pihak penyedia jasa KA Commuter Line Penataran sebaiknya menyediakan tirai di setiap gerbong agar perjalanan penumpang semakin nyaman karena sinar matahari teredam dan cahaya tidak sampai menyilaukan penumpang.

KA Commuter Line Penataran sebaiknya meningkatkan kebersihan toilet agar tetap bersih dan wangi. Hal tersebut dikarenakan kebersihan toilet juga mencerminkan kebersihan kereta api.dan perlunya penambahan jadwal perjalanan kereta.

6.Daftar Rujukan

- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IMB SPSS 25 Edisi 9*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Habibah, A.F. (13 November 2024). KCI Wilayah 8 catat 1.278.019 orang gunakan KA lokal pada Oktober 2024. <https://jatim.antaranews.com/berita/846377/kci-wilayah-8-catat-1278019-orang-gunakan-ka-lokal-pada-oktober-2024>. Diakses pada 24 Desember 2024.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Kolcaba, K. (2018). *Comfort Theory and Practice*. Springer Publishing Company, Inc:New York.

Zahriyah, Aminatus., dkk, (2021).
Ekonometrika: Teknik dan Aplikasi dengan SPSS. Jawa Timur: Mandala Press.

Pengaruh Brand Ambassador, Social Media Marketing, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Scarlett Whitening. *Jurnal Ilmiah MEA*. E-ISSN: 2621-5306.

Salmiah, dkk. (2020). *Online Marketing*. Jakarta: Yayasan Kita Menulis.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Bisnis: Kotler dan Keller (2016). Marketing Mangement. 15th Edition. Harlow: Pearson Education Limited*.

Simanullang, S., & Sabil. 2022. *Manajemen Pelayanan Berbasis Loyalitas Penumpang (Studi Kasus Transjakarta)*. Purwokerto Barat: Zahira Media Publisher Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.

Tjiptono, F., & G. Chandra. (2017). *Pemasaran Strategik*. Edisi 3. Yogyakarta: Andi Offset.