

ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP FASILITAS PELAYANAN PUBLIK PADA PENGGUNA COMMUTER LINE PT. KERETA COMMUTER INDONESIA DI JAKARTA

Agus Dharmanto¹, Novita Wahyu .S², Dewi Sri Woelandari³

^{1,2,3}Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Bekasi
Jl. Perjuangan No. 81, Marga Mulya, Kota Bekasi 17143

E-mail: agus.dharmanto@dsn.ubharajaya.ac.id, novita.wahyu@dsn.ubharajaya.ac.id,
dewi.sri@dsn.ubharajaya.ac.id

Penulis untuk Korespondensi/E-mail: novita.wahyu@dsn.ubharajaya.ac.id

Abstrak

Kegiatan angkutan umum berkembang demikian pesatnya, sehingga setiap usaha angkutan umum salah satunya angkutan umum kereta api melakukan perenovasian dan peningkatan pelayanan dari segala aspek. Dalam strategi pemasaran, untuk meningkatkan penjualan faktor penting yang perlu diperhatikan adalah tingkat kepuasan pelanggan. Monitoring kepuasan pelanggan yang dilakukan dengan baik merupakan bahan untuk melakukan evaluasi yang dapat dipertanggung jawabkan untuk pengambilan keputusan terkait peningkatan layanan kereta api, pemenuhan proses pelayanan yang dibutuhkan pelanggan, dan perbaikan proses pelayanan kepada pelanggan. Tujuan penelitian ini untuk melihat sejauhmana fasilitas pelayanan publik dipengaruhi oleh kualitas pelayanan pada pengguna *commuter line*. Selain itu juga untuk melihat seberapa besar fasilitas pelayanan publik dipengaruhi kualitas pelayanan pada pengguna *commuter line*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan menggunakan software SPSS 21.0. Dalam penelitian ditemukan bahwa pelayanan publik berpengaruh positif signifikan pada kepuasan pelanggan pengguna kereta *commuter line*, dimana semakin tinggi pelayanan publik yang diberikan kereta *commuter line*, maka kepuasan pelanggan akan semakin tinggi. Standar pelayanan publik kereta api berpengaruh positif signifikan pada kepuasan pelanggan pengguna kereta *commuter line*.

Kata Kunci : *Kualitas Pelanggan dan Pelayanan Publik*.

I. PENDAHULUAN

Angkutan umum kereta api sedang melakukan perenovasian dan peningkatan pelayanan dari segala aspek. Dimana aspek tersebut mulai dari perenovasian stasiun, tempat parkir, kenyamanan, pelayanan dan keamanan di stasiun dan kereta.

Pada bulan Juli 2013, PT Kereta Commuter Jabodetabek (KCI) berubah menjadi PT. Kereta Commuter Indonesia (KCI). Dimana KCI menerapkan system pembayarantiket yang baru dengan menggunakan tiket elektronik.

Penerapan program e-ticketing, terdapat dua bentuk kartu COMMET, yaitu kartu sekali pakai (kartu single-trip) dan karta prabayar (kartu multi-trip). Ketika penumpang akan melakukan perjalanan dengan menggunakan kereta commuter, pada gerbang masuk diwajibkan

melakukan tap-in dan melakukan tap out pada gerbang keluar bagi pengguna kartu prabayar.

Selain perbaikan sistem tiketing , PT KCI juga melakukan perbaikan pada stasiun-stasiun yang ada, mulai dari dari kebersihan, Ruang tunggu, pintu masuk dan keluar, tempat pembuangan sampah, sarana ibadah (musola), Kamar kecil dan tempat jualan makanan dan minuman dengan penertiban para pedagang di dalam stasiun kereta api.

Dewasa ini kegiatan angkutan umum berkembang demikian pesatnya, sehingga setiap usaha angkutan umum salah satunya angkutan umum kereta api melakukan perenovasian dan peningkatan pelayanan dari segala aspek. Dimana aspek tersebut mulai dari perenovasian stasiun, tempat parkir, kenyamanan, pelayanan dan keamanan di stasiun dan kereta. Bentuk-bentuk perubahan yang dilakukan PT Kereta Api ini

menjadikan para pengguna layanan kereta api merasa puas.

Dalam strategi pemasaran, salah satu faktor penting yang dapat dilakukan untuk meningkatkan penjualan adalah tingkat kepuasan pelanggan. Dimana sangat tergantung pada kinerja karyawan, produk dan jasa pendukung lainnya serta standar yang digunakan pelanggan untuk mengevaluasi kinerja. Dengan adanya pemantauan kepuasan pelanggan, diharapkan hasilnya dapat dijadikan bahan evaluasi yang dapat dipertanggung-jawabkan, terutama ketika akan melakukan pengambilan keputusan terkait dengan peningkatan pengguna/penumpang kereta api, proses layanan dalam rangka memenuhi kebutuhan pelanggan, dan perbaikan dalam rangka meningkatkan proses pelayanan pelanggan. Yang pada akhirnya fasilitas pelayanan dapat meningkatkan tingkat kepuasan terhadap pelanggan.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Adapun ruang lingkup dalam penelitian ini mengimplementasikan dari faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap fasilitas pelayanan publik pada pengguna commuter line yang telah dilakukan pada penelitian sebelumnya.

III. METODOLOGI

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Data Primer

1. Kuesioner/angket, adalah teknik dengan menggunakan instrument pengumpul data, dimana terjadi wawancara dan tatap muka langsung dengan responden.
2. Wawancara, adalah teknik dengan mengajukan pertanyaan secara lisan/tatap muka langsung antara pengumpul data dengan responden.
3. Dokumentasi, merupakan teknik pengumpulan data dengan cara tertulis (berbentuk dokumen) yang berhubungan langsung dengan masalah yang akan diteliti.

Data Sekunder

Data pendukung atau pelengkap data primer yang dikumpulkan oleh pihak lain yang

berkaitan dengan permasalahan yang diteliti. Hasil dari data yang terkumpul akan diproses dengan menggunakan software SPSS 2007.

Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini teknik analisis data menggunakan uji simultan (uji model ganda), yang diformulasikan menjadi persamaan matematis, yaitu:

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

Keterangan:

- Y : Variabel dependen
a : Konstanta model
b₁, b₂ : Koefisien Variabel Independen
X₁, X₂ : Variabel Independen

Parameter uji regresi parsial diminimaise dengan menggunakan pendekatan "OLS" (Ordinary Least Square), yaitu melalui persamaan:

$$\hat{y} = a + bX + e$$

Keterangan:

- Y : Variabel Dependent
a : Konstanta
b : Koefisien Variabel Independent
X : Variabel Independent

Uji validitas menggunakan perhitungan Korelasi Product Moment dalam uji r-kritisnya (Suharsini Arikunto, 1997, p. 57), yaitu:

$$r_{xy} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n(\sum X^2) - (\sum X)^2\}\{n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

- r_{xy} : Koefisien korelasi (r hitung)
x : Instrumen indikator (kuesioner)
y : Variabel yang bersangkutan
n : Jumlah sampel

Sementara itu untuk menguji signifikansi model dilakukan pengujian model penduga T hitung dan F hitung yang diformulasikan, sebagai berikut:

$$T_h = \frac{r_{XY}\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

$$F_h = \frac{SSY}{SS(Y-Y)/(n-2)}$$

Estimasi penggunaan dijelaskan sebagai berikut:

1. Apabila Thitung atau Fhitung > Ttabel atau F tabel untuk α 0,05 maka disimpulkan, Ho ditolak (kategori *one fail test*).
2. Sebaliknya, bila Thitung atau Fhitung \leq T tabel atau F table dengan α 0,05 maka yang terjadi adalah Ho diterima (kategori *one fail test*).

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Karakteristik responden pada penelitian ini, terlihat pada table 1 dibawah ini:

Tabel 1. Karakteristik Responden

No.	Karakteristik	Klasifikasi	Jumlah Responden	Presentase Responden (%)
1	Jenis Kelamin/Gender	Laki-laki	39	45,8%
		Perempuan	46	54,2%
		Jumlah	85	
2	Usia	<10 Tahun	7	8,2%
		21-30 Tahun	59	69,4%
		31-40 Tahun	17	20,1%
		41-50 Tahun	2	2,3%
		>50 Tahun	0	0%
	Jumlah	85		
3.	Pendidikan	SD	0	0%
		SMP	2	2,3%
		SMA	36	42,5%
		Dipoma (D1-D3)	15	17,6%
		SI	28	32,9%
		Pasca Sarjana	4	4,7%

Sumber: data primer diolah, 2020

Berdasarkan jenis kelamin terlihat bahwa jumlah penumpang kereta api perempuan dalam penelitian ini lebih banyak dibandingkan dengan jumlah penumpang kereta laki-laki (perempuan sebanyak 54,2% dan laki-laki sebanyak 45,8%). Sedangkan berdasarkan usia diketahui bahwa responden yang berusia 21 – 30 Tahun sebanyak 17%, responden berusia 31 – 40 tahun lebih (prodi manajemen sebesar 62% dan prodi akuntansi 38%).

Pengujian Instrumen Penelitian

Hasil pengujian instrumen penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Instrumen Penelitian

No.	Variabel	Item Pertanyaan	Korelasi Item Total	Cronbach's Alpha
1	Pelayanan Publik (X1)	X1.1	0,616	0,812
		X1.2	0,792	
		X1.3	0,801	
		X1.4	0,638	
2	Standar Pelayanan Publik KA (X2)	X2.1	0,775	0,890
		X2.2	0,890	
		X2.3	0,845	
		X2.4	0,742	
3	Kepuasan Pelanggan (Y)	Y1.1	0,625	0,807
		Y1.2	0,807	
		Y1.3	0,619	
		X1.4	0,638	
		X1.5	0,790	

Sumber: Data Primer Diolah, 2020

Seluruh indikator pertanyaan dalam penelitian yaitu dari variabel Pelayanan Publik, Standar Pelayanan Publik Kereta Api, dan Kepuasan Pelanggan seperti terlihat pada tabel 2 menunjukkan bahwa nilai korelasi item total (pearson correlation) lebih dari 0.30, hal ini menunjukkan bahwa seluruh indikator pertanyaan yang diujikan dapat dikatakan telah memenuhi syarat validitas data.

Sementara itu nilai Cronbach's Alpha menunjukkan bahwa ketiga instrumen penelitian memiliki nilai koefisien Cronbach's Alpha lebih dari 0.60, hal ini menunjukkan bahwa semua instrumen dapat dikatakan reliabel dan dapat digunakan untuk melakukan penelitian.

Pengujian Asumsi Klasik Uji Normalitas

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

	Skewness		Kurtosis	
	Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
Unstandardized Residual	.282	.261	.249	.517
Valid N (listwise)				

Sumber: Data Primer Diolah (2020)

Tabel 3 diatas menunjukkan hasil uji normalitas yang dilakukan, yang menggambarkan rasio skewness $0,282/0,261=1,080$; sedangkan rasio kurtosis $0,249/0,517=0,481$. Karena rasio skewness dan rasio kurtosis berada diantara -2 hingga +2, maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.811 ^a	.658	.655	1.040	1.811

a. Predictors: (Constant), Pelayanan Publik Standar, Pelayanan Publik KA

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data Primer Diolah (2020)

Pada tabel 4 diketahui bahwa nilai VIF dari masing-masing variabel independen lebih kecil dari 10, yaitu nilai VIF variabel pelayanan publik sebesar 1,695 ; nilai VIF variabel standar pelayanan public KA sebesar 1,576. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa di antara variabel independen tersebut tidak terjadi multikolinearitas pada model regresi linier.

Uji Autokorelasi

Tabel 5. Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.811 ^a	.658	.655	1.040	1.811

a. Predictors: (Constant), Pelayanan Publik Standar, Pelayanan Publik KA

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data Primer Diolah (2020)

Dilihat dari tabel Durbin Watson (DW), nilai DW sebesar 1,811 $\alpha = 5\%$, k (variabel independen) = 2 dan jumlah n (sampel) = 85 dapat dilihat du 1,721 sehingga $4-du = 4-1,721 = 2,279$ dengan kriteria pengujianya adalah jika $du < d < 4-du$ maka pada model regresi linear penelitian ini tidak terdapat autokorelasi. Perhitungannya adalah sebagai berikut : $du < 1,721 < 4-du$ atau $1,721 < 1,811 < 2,279$. Maka dapat di simpulkan tidak ada autokorelasi positif dan negatif.

Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil analisis regresi linier berganda dan pengujian hipotesis adaalah sebagai berikut.

Tabel 6. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients	T	Sig.
1 (Constant)	4.408	1.056		4.175	.000
Pelayanan Publik	.216	.108	.249	2.007	.048
Standar Pelayanan Publik KA	.183	.128	.171	1.730	.057

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan tabel bagian coefficients tersebut di atas, maka dapat dibuat model regresi linear berganda dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y = 4,408 + 0,216X_1 + 0,183X_2 + e$$

Nilai masing-masing koefisien regresi Variabel Independen dari model regresi linear tersebut memberikan gambaran bahwa :

1. Koefisien regresi variabel pelayanan publik (X_1) sebesar 0,216 menggambarkan bahwa pelayanan publik mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan untuk menggunakan kereta *commuter line*, artinya semakin baik pelayanan publik maka

kepuasan pelanggan untuk menggunakan kereta *commuter line* semakin tinggi.

- Koefisien regresi variabel kenyamanan (X_2) sebesar 0,183 menggambarkan bahwa standar pelayanan public kereta api mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan untuk menggunakan kereta *commuter line*, artinya dengan semakin tingginya standar pelayanan kereta api maka kepuasan pelanggan untuk menggunakan kereta *commuter line* semakin tinggi,

Pengujian Hipotesis

Uji T

Hasil Uji T dalam pengujian hipotesis adalah sebagai berikut.

Tabel 7. Hasil Uji T (Coefficients^a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.408	1.056		4.175	.000
	Pelayanan Publik	.216	.108	.249	2.007	.048
	Standar Pelayanan Publik	.183	.128	.171	1.730	.047

a. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan

Uji Hipotesis secara parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai t tabel, dapat dilihat pada tabel t, yaitu pada *degrees of freedom* (df) sebesar 81 (jumlah data dikurangi jumlah variabel) dan $\alpha = 5\%$ maka nilai t tabel sebesar 1,664. Dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel maka dapat disimpulkan :

- Variabel pelayanan publik, yaitu t hitung $>$ t tabel atau $2,007 > 1,664$ maka H_a diterima dan H_o ditolak. Artinya pelayanan publik mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan untuk menggunakan kereta *commuter line*
- Variabel standar pelayanan public KA, yaitu t hitung $>$ t tabel atau $1,730 > 1,664$ maka H_a diterima dan H_o ditolak. Artinya standar

pelayanan public KA mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan untuk menggunakan kereta *commuter line*.

Uji F

Hasil Uji F dalam pengujian hipotesis adalah sebagai berikut.

Tabel 8. Hasil Uji F

ANOVA ^b					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	24.688	3	8.229	9.660	.000 ^a
Residual	69.006	81	.852		
Total	93.694	84			

a. Predictors: (Constant), Pelayanan, Publik, Standar_Pelayanan_Publik_KA

b. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan

Nilai F tabel dengan tingkat signifikan $\alpha = 5\%$ dan *degrees of freedom* (df) sebesar 3 : 81 adalah sebesar 2,717. Hasil pengolahan data diketahui bahwa nilai F hitung sebesar 9,660 lebih besar dari F tabel atau nilai Sig nya di bawah 5% maka keputusan yang dapat diambil adalah H_a diterima dan H_o ditolak. Artinya variabel pelayanan publik (X_1) dan variabel standar pelayanan public KA (X_2) secara keseluruhan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan untuk menggunakan kereta *commuter line*.

Hasil Uji Koefisien Korelasi

Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Korelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.811 ^a	.658	.655	1.040	.658	9.660	3	81	.000

a. Predictors: (Constant), Pelayanan_Publik, Standar_Pelayanan_Publik_KA

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.811 ^a	.658	.655	1.040	.658	9.660	3	81	.000

a. Predictors: (Constant), Pelayanan_Publik, Standar_Pelayanan_Publik_KA

b. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan

Berdasarkan tabel 9 model *summary* diketahui bahwa besarnya hubungan antara pelayanan publik dan standar pelayanan public KA (secara simultan) terhadap kepuasan pelanggan untuk menggunakan kereta *commuter line* yang dihitung dengan koefisien korelasi adalah 0,811. Hal ini menunjukkan pengaruh yang sangat kuat. Sedangkan kontribusi secara simultan variabel pelayanan publik dan standar pelayanan publik KA terhadap kepuasan pelanggan untuk menggunakan kereta *commuter line* adalah 65,8% sedangkan 34,2% ditentukan oleh variabel lain. Nilai Sig F Change 0,000 < 0,05, maka keputusannya adalah Ho ditolak dan Ha diterima. Artinya terdapat hubungan yang signifikan antara pelayanan publik dan standar pelayanan publik kereta KA terhadap kepuasan pelanggan untuk menggunakan kereta *commuter line*.

V. KESIMPULAN

Kesimpulan

Fokus utama penelitian ini adalah pada pelayanan publik dan standar pelayanan publik yang diberikan kepada pelanggan mereka dalam menggunakan kereta *commuter line*. Hal ini menjadi penting karena dengan semakin baiknya pelayanan dan standar pelayanan yang diberikan PT Kereta Api khususnya Kereta *Commuter Line* maka kepuasan pelanggan untuk menggunakan kereta *commuter line* akan semakin meningkat.

Dalam penelitian ditemukan bahwa pelayanan publik berpengaruh positif signifikan pada kepuasan pelanggan pengguna kereta *commuter line*, dimana semakin tinggi pelayanan publik yang diberikan kereta *commuter line*, maka kepuasan pelanggan akan semakin tinggi. Standar

pelayanan publik kereta api berpengaruh positif signifikan pada kepuasan pelanggan pengguna kereta *commuter line*. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi standar pelayanan publik kereta api yang diberikan kepada pelanggan kereta *commuter line*, maka kepuasan pelanggan pengguna kereta *commuter line* akan meningkat.

Saran

Dengan semakin baiknya pelayanan dan standar pelayanan yang telah diberikan PT Kereta Api khususnya Kereta *Commuter Line* maka kepuasan pelanggan untuk menggunakan kereta *commuter line* akan semakin meningkat. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menambah variabel lain diluar variabel yang telah diteliti dalam penelitian ini, seperti penggunaan brand ambassador untuk meningkatkan citra merek kereta *commuter line*.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Dwiyanto dan Bevaola Kusumasari "Reformasi Pelayanan Publik: Apa yang Harus Dilakukan?" dalam Policy Brief, No. II/PB/2003.
- Bhote, Keki R. 1996. Beyond Customer Satisfaction to Customer Loyalty. American Management Association. Hal 56
- Guiltnan, Joseph, P, Paul, Gordon W and Madden, Thomas J. 1997. Marketing Management. 6th edition. McGraw-Hill Companies. Hal 7
- Guiltnan, Joseph, P, Paul, Gordon W and Madden, Thomas J. 1997. Marketing Management. 6th edition. McGraw-Hill Companies. Hal 6
- Janet V. Denhardt dan Robert B. Denhardt, The New Public Service: Serving, not Steering, New York: ANSI, 2002.
- Jay M. Shafritz dan Albert C. Hyde, Classics of Public Administration, USA: Harcourt Brace & company, 1978.
- John Stuart Mill, Utilitarianism, On Liberty, Consideration on Representative Government, Vermont: Everyman, 1993.
- Kotler, Philip. Marketing Management, 11th Edition. Prentice Hall Int'l, New Jersey, 2003, p.138
- Kotler, Philip. Manajemen Pemasaran : Analisis Perencanaan, Implementasi dan Kontrol, Edisi Milenium. PT. Prenhalindo, Jakarta, 2002, hal.38

- Lovelock, Christopher.H dan Schiffman, Leon. G and Kanuk, Leslie
 Wright, Lauren.K.2005.Manajemen Lazar.2004.Consumer Behavior
 Pemasaran Jasa.Indeks.Hal 102 8th edition. Pearson Prentice Hall.Hal 14
- Lovelock, Christopher.H dan Zeithaml, Valarie A. and Bitner, Mary Jo. Service
 Wright, Lauren.K.2005.Manajemen Marketing. McGraw Hill Inc, Int'l Edition,
 Pemasaran Jasa.Indeks.Hal 104 New York, 2003, p.162
- Parasuraman. Valarie.A.Z and Zeithaml, Valarie A. and Bitner, Mary Jo. Service
 Berry.1990.Delivering Quality.Service Marketing. McGraw Hill Inc, Int'l Edition,
 McMilan.Hal 15 New York, 2003, p.85
- Rangkuti, Freddy.2002.Measuring Customer Rangkuti, Freddy.2002.Measuring Customer
 Satisfaction.Gramedia Pustaka Utama.Hal Satisfaction.Gramedia Pustaka Utama.Hal
 23 23