

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TIKET
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN JASA KERETA API
(Survei Pada Penumpang Kereta Api Ciremai Ekspres
Rute Bandung – Cirebon PP.)**

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat sidang skripsi
Guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Oleh :

Tia Indriani

114010145



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS PASUNDAN
BANDUNG
2015**

ABSTRAK

Kebijakan kualitas pelayanan dan harga tiket diduga mempengaruhi loyalitas pelanggan jasa kereta api Cirebon Ekspres. Penelitian ini dilaksanakan dalam rangka untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan harga tiket terhadap loyalitas pelanggan jasa kereta api Cirebon Ekspres jurusan Bandung – Cirebon PP. baik secara simultan maupun parsial.

Metode penelitian menggunakan metode kuantitatif yang bersifat deskriptif dan verifikatif dengan ukuran populasi sebanyak 100 responden. Sedangkan analisis menggunakan analisis regresi linier berganda, korelasi berganda dan koefisien determinasi dengan taraf signifikan sebesar 5%. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara dan menyebarkan kuisioner.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan dan harga tiket terhadap loyalitas pelanggan jasa Kereta Api Cirebon Ekspres jurusan Bandung – Cirebon PP dapat dikatakan baik yaitu sebesar 72,3 %. Kualitas pelayanan memberikan pengaruh yang besar terhadap loyalitas pelanggan dibandingkan dengan harga tiket terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Harga, Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

Policy of quality of service and ticket price is expected to affect customer loyalty Ciremai express train services. The research was conducted in order to determine how much influence the quality of service and ticket price to customer loyalty Ciremai express train services department Bandung - Cirebon PP. secara either simultaneously or partially.

The research method uses descriptive quantitative methods and verification with a population size of 100 respondents. While the analysis using multiple linear regression analysis, and the multiple correlation coefficient with significant level of 5%. Data collection techniques used were observation, interview and spread keusioner.

The results showed a large pengaruh quality of service and ticket price to customer loyalty services Ciremai Railway Express majors Bandung - Cirebon PP can be said to be good in the amount of 72.3%. Quality of services have a considerable influence on customer loyalty than the ticket price to customer loyalty.

Keywords : Service Quality, Price, Customer Loyalty

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

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

Transportasi merupakan suatu sarana yang paling penting dalam membantu roda perekonomian, salah satunya ialah transportasi darat. Transportasi ini merupakan moda transportasi yang paling dominan di negara kita dibandingkan dengan moda transportasi lainnya seperti transportasi udara dan transportasi laut.

Bandung merupakan salah satu destinasi wisata favorit di wilayah Jawa Barat sehingga banyak para wisatawan yang datang mengunjungi kota Bandung dari seluruh wilayah Indonesia bahkan dari Mancanegara. Menurut Walikota

Bandung Ridwan Kamil, sebanyak 6 juta wisatawan yang datang ke Kota Bandung . 20 persen diantaranya ialah wisatawan mancanegara sisanya 80 persen merupakan wisatawan domestik. Kebiasaan wisatawan berwisata ke kota Bandung dengan membawa kendaraan pribadi memberikan kontribusi besar bagi kemacetan kota Kembang. Selain wisatanya, kota Bandung merupakan kota yang perekonomiannya cepat meningkat karena banyaknya lapangan pekerjaan yang tersedia di kota Bandung. Banyak sekali masyarakat luar kota merantau ke kota kembang, sehingga pada hari raya ataupun libur panjang para perantau meluangkan waktunya untuk pulang ke kota asal mereka tinggal. Menekan kemacetan yang semakin parah, Walikota Bandung meminta warga diluar kota memanfaatkan transportasi umum yang ada seperti kereta api, bus, dan travel jika ingin berkunjung ke kota Bandung. (Sumber: detik.com)

Pernyataan diatas menjelaskan bahwa masyarakat membutuhkan sarana transportsai umum. Sarana transportasi berguna untuk memperlancar dan mempermudah aktifitas perekonomian masyarakat disamping kegiatan lainnya, karena bagi setiap masyarakat sarana transportasi untuk mendukung aktifitas dan kegiatan masyarakat yang ingin berpergian ke luar kota.

Sejak dibukanya Tol Cipali pada tanggal 13 Juni 2015 yang bisa dimanfaatkan oleh pengendara dari Bandung menuju Cirebon atau sebaliknya, karena selain jalannya yang mulus serta tidak berkelok-kelok, melalui Tol Cipali ini pengendara bisa memangkas waktu tempuh dari Bandung menuju Cirebon menjadi 3 jam. membuat semakin meningkatnya jasa travel *point to point* yang bermunculan atau disebut juga dengan *shuttle service*, yang berbeda dengan travel

antar jemput yang dulu masyarakat kenal, *shuttle service* menerapkan konsep satu titik pemberangkatan ke titik tujuan. Sampai saat ini travel *shuttle service* yang masih beroperasi rute Bandung – Cirebon PP. adalah Andi's Travel yang berada di jalan Pajajaran Bandung. Berikut jadwal keberangkatan Bandung – Cirebon dan harga tiket Andi's Travel :

Tabel 1.1
Jadwal Keberangkatan dan Harga Tiket Andi's Travel

Nama Travel	Jam Keberangkatan	Harga Tiket
Andi's Travel	03:00	Rp. 120.000
	06:00	
	08:00	
	10:00	
	12:00	
	14:00	
	16:00	
	18:00	
	20:00	

Sumber : Andi's Travel Bandung

Selain travel *shuttle service* yang menerapkan konsep satu titik pemberangkatan ke titik tujuan. Ada pula Bus AKAP (Antar Kota Antar Provinsi) yang masih beroperasi rute Bandung – Cirebon PP. yang terdapat di terminal Cicaheum Bandung dengan setiap jam keberangkatan, diantaranya :

Tabel 1.2
Jadwal Keberangkatan dan Harga Tiket Bus Bandung – Cirebon PP.

Nama Bus	Jam Keberangkatan	Harga Tiket
Bhineka Sangkuriang	06.00 – 19.00	Rp. 50.000
Sahabat	06.00 – 18.00	Rp. 60.000
Nusantara	12.30 13.30	Rp. 55.000

Sumber : Terminal Cicaheum Jurusan Bandung - Cirebon

Tingginya laju urbanisasi di kota – kota besar juga akan berimplikasi pada peningkatan kebutuhan dalam melakukan mobilitas atau pergerakan. Kelancaran pergerakan akan melahirkan suatu kelancaran bagi pertukaran kebutuhan penduduk dan akhirnya pada percepatan ekonomi terhadap beberapa pilihan moda transportasi pada pengguna sarana angkutan umum penumpang.

Pendukung lancarnya kegiatan tersebut, PT Kereta Api Indonesia DAOP 2 (Daerah Operasional 2) Bandung telah menyediakan berbagai jenis Kereta Api antara lain Kereta Api Ciremai jurusan Bandung – Cirebon PP. (Sumber: Humas PT. KAI Daop 2 Bandung).

Angkutan kereta api merupakan salah satu sarana penting alternatif yang banyak dipilih untuk kelancaran aktifitasnya, karena angkutan kereta api merupakan salah satu moda transportasi yang memiliki ciri dan keunggulan yang lebih dibandingkan dengan transportasi lain. Kereta api dikenal sebagai moda angkutan yang memiliki multi keunggulan, antara lain : hemat energi, hemat lahan, bersahabat dengan lingkungan, tingkat keselamatan tinggi, serta mampu mengangkut dalam jumlah besar dan massal.

Sejak dibukanya tol Cipali, persaingan jasa transportasi tavel maupun kereta api sangat ketat karena perjalanan menggunakan travel dari Bandung menuju Cirebon melewati tol Cipali hanya menempuh waktu 3 jam, sedangkan perjalanan menggunakan kereta api dari Bandung menuju Cirebon menempuh waktu 4 jam. Kecepatan jarak tempuh Bandung - Cirebon mempengaruhi calon penumpang memilih menggunakan jasa travel atau jasa kereta api. Pilihan tersebut ditentukan oleh perbedaan keunggulan dari jenis moda angkutan yang

ditawarkan, seperti pelayanan, fasilitas, keselamatan, keamanan, kenyamanan, kecepatan dan faktor harga. Sedangkan dari sisi pelaku usaha dihadapkan pada tingkat persaingan yang sangat ketat dalam meraih jumlah penumpang.

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 81 Tahun 1998 telah diatur ketentuan-ketentuan mengenai lalu lintas dan angkutan kereta api, yang menyangkut tentang pelayanan perkeretaapian adalah sebagai berikut :

Perkeretaapian merupakan salah satu moda transportasi yang memiliki peranan yang penting dan strategis, sehingga penyelenggaraannya dikuasai oleh negara dan pembinaannya dilakukan oleh Pemerintah serta pengoperasian/ pengusahaan prasarana dan sarana kereta api dilakukan oleh badan penyelenggara yang dibentuk khusus untuk itu. Pembinaan di bidang lalu lintas dan angkutan kereta api yang meliputi aspek-aspek pengaturan, pengendalian dan pengawasan lalu lintas dilaksanakan dengan mengutamakan dan memperhatikan pelayanan kepentingan umum atau masyarakat pengguna jasa kereta api, kelestarian lingkungan, tata ruang, perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi.

Pembinaan yang dilakukan oleh pemerintah tersebut juga dimaksudkan untuk mewujudkan lalu lintas angkutan kereta api yang selamat, aman, cepat, lancar, tertib dan teratur serta terpadu dengan moda transportasi lain. Dalam rangka memenuhi kepentingan pemerintah sebagai pembina lalu lintas dan angkutan kereta api serta memenuhi kepentingan masyarakat pengguna jasa kereta api, maka diwujudkan dalam berbagai ketentuan dalam Peraturan Pemerintah ini antara lain mengenai jaringan pelayanan kereta api, pengoperasian kereta api, pengangkutan orang dan barang dengan kereta api, struktur dan golongan tarif,

tanggung jawab pengangkut dan tata cara pengangkutan penumpang dan barang serta pelayanan untuk orang cacat dan orang sakit.

Kereta Api Ciremai yang mulai beroperasi pada tanggal 28 September 2013, menurut data dari Unit Pelayanan dan Komersil DAOP 2 Bandung jumlah penumpang kelas Eksekutif pada bulan tersebut sebanyak 128 penumpang. Dari setiap bulannya jumlah penumpang kereta api Ciremai mengalami kenaikan dan penurunan. (Sumber: Unit Pelayanan dan Komersil PT. KAI Daop 2 Bandung).

Berikut data target dan jumlah penumpang KA.Ciremai jurusan Bandung – Cirebon PP. :

Tabel 1.3
Target dan Jumlah Penumpang KA.Ciremai Jurusan Bandung – Cirebon PP

TAHUN BULAN	Target			Realisasi		
	2013	2014	2015	2013	2014	2015
JANUARI	-	6.200	9.200	-	3.742	4.518
FEBRUARI	-	6.950	6.900	-	3.746	3.865
MARET	-	7.800	6.700	-	5.021	4.134
APRIL	-	7.010	6.400	-	3.716	4.123
MEI	-	6.150	6.300	-	2.965	4.316
JUNI	-	6.000	6.016	-	3.124	3.681
JULI	-	7.270	6.200	-	2.534	3.685
AGUSTUS	-	6.200	6.250	-	2.231	2.565
SEPTEMBER	300	7.500	6.100	128	2.139	3.387
OKTOBER	5.414	6.200	6.200	2.043	2.782	2.608
NOVEMBER	6.350	6.100	6.000	3.220	2.660	2.494
DESEMBER	6.200	6.200	-	3.509	2.753	-
JUMLAH	18.624	79.580	72.266	8.900	37.413	39.376

Sumber: Unit Pelayanan dan Komersil PT. KAI Daop 2 Bandung

Pada tabel di atas menunjukkan bahwa jumlah penumpang belum sesuai harapan dengan yang telah ditargetkan oleh PT. KAI, target penumpang yang didapatkan dari tempat duduk yang disediakan oleh kereta api Ciremai Ekspres. Pada tahun 2013 penumpang sebesar 48% dari yang ditargetkan, pada tahun 2014 penumpang sebesar 47% dari yang ditargetkan dan pada tahun 2015 penumpang hanya sebesar 54%. Selain itu, data penumpang KA. Ciremai setiap bulannya mengalami kenaikan dan penurunan.

Terdapat pula penelitian awal yang dilakukan oleh penulis mengenai bauran pemasaran jasa (7P) dan loyalitas sebanyak 16 pernyataan, diantaranya ; *Product* (1 dan 2), *Price* (3 dan 4), *Place* (5 dan 6), *Promotion* (7 dan 8), *People* (9 dan 10), *Process* (11 dan 12), *Physical Evidence* (13 dan 14), dan Loyalitas (15 dan 16). Hal tersebut untuk mengetahui permasalahan yang sebenarnya terjadi menyangkut tanggapan penumpang tentang pelayanan yang di berikan karyawan KA Ciremai Ekspres dan loyalitas penumpang terhadap jasa KA Ciremai Ekspres dengan cara menyebarkan kuesioner yang dibagikan kepada penumpang KA Ciremai Ekspres PP sebanyak 30 responden.

Berikut beberapa pernyataan yang diajukan kepada setiap responden :

Tabel 1.4
Data Hasil Pra Survey Pada Pelanggan Ka.Ciremai Ekspres Jurusan Bandung – Cirebon PP.

	No.	Pernyataan	Penilaian		
			Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju
<i>Produk</i>	1	Fasilitas di Dalam Gerbong Kereta Api Sudah Lengkap.			
			12	13	5

Tabel 1.3 (Lanjutan)

	2	Kebersihan di Dalam Gerbong Kereta Api Terjaga Dengan Baik.	Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju
			21	8	1
<i>Price</i>	3	Harga Tiket Lebih Murah Dibanding Moda Transportasi lain.	Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju
			9	11	10
	4	Harga Tiket Yang Ditetapkan Sudah Sesuai Dengan Pelayanan Dan Fasilitas yang Diberikan.	Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju
			12	13	5
<i>Place</i>	5	Stasiun Mudah Dijangkau Oleh Penumpang.	Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju
			23	7	0
	6	Kemudahan Tempat Penukaran Tiket Dapat Dilakukan Distasiun Lain.	Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju
			30	0	0
<i>Promotion</i>	7	Alat Promosi Yang Digunakan Sudah Sangat Tepat. Tabel 1.3 (Lanjutan)	Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju
			20	10	0
	8	Promosi Yang Diberikan Sesuai Dengan Yang Sebenarnya.	Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju
			17	13	0
<i>People</i>	9	Keluhan Penumpang Mudah Diajukan Kepada Karyawan PT. KAI.	Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju
			10	15	5
	10	Pelayanan Dengan Cepat Oleh Karyawan Diberikan Kepada Penumpang.	Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju
			13	12	5
<i>Process</i>	11	Memberikan Kemudahan Dalam Proses Pemesanan dan Pembayaran Tiket .	Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju
			11	11	8
	12	Kereta Berangkat Sesuai Dengan Waktunya.	Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju
			2	11	17
<i>Physical Evidence</i>	13	Karyawan Menggunakan Seragam Yang Rapi dan Bersih.	Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju
			27	2	1

Tabel 1.3 (Lanjutan)

	14	Gerbong Kereta Api Memiliki Eksterior Dan Interior Yang Baik.	Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju
			28	1	1
Loyalitas	15	Anda Selalu Menggunakan Jasa Kereta Api Ciremai Ekspres Jika A.kan Menuju Kota Cirebon atau Bandung	Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju
			9	14	7
	16	Anda Akan Menyarankan Kepada Orang Lain Untuk Menggunakan KA. Ciremai Ekspres Jika Akan Menuju Kota Cirebon atau Bandung.	Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju
			9	15	6

Hasil Penelitian awal menunjukkan bahwa pernyataan nomor 1 yang terdapat $13+5=18$ responden pada fasilitas sebesar 60 % menyatakan tidak setuju. Pernyataan tentang harga (nomor 3 dan 4) yang mempunyai bobot $11+10=21$ responden pada harga tiket yang murah sebesar 70 % dan $13+5=18$ responden pada kesesuaian harga dengan pelayanan dan fasilitas sebesar 60 % menyatakan tidak setuju. Selanjutnya pernyataan nomor 9 mengenai keluhan penumpang ternyata kurang diperhatikan oleh karyawannya sehingga memiliki bobot $15+5=20$ atau 50 % responden tidak setuju. Dalam pernyataan nomor 12 mengenai kesesuaian jadwal keberangkatan terdapat $11+17=28$ atau 93,3 % responden mengatakan tidak setuju. Serta pernyataan mengenai loyalitas penumpang sebanyak $14+7=21$ atau 70 % responden tidak setuju apabila penumpang menyarankan kepada orang lain untuk menggunakan Kereta Api Ciremai jika akan menuju kota Cirebon atau Bandung dan terdapat $15+6=21$ atau sebanyak 70 % responden kurang setuju apabila selalu menggunakan jasa Kereta Api Ciremai untuk menuju kota Cirebon atau Bandung.

Perhitungan di atas didapatkan dari penjumlahan antara penilaian responden kurang setuju dan tidak setuju kemudian di bagi keseluruhan jumlah kuesioner yang dibagikan yaitu 30 responden di kali 100 %. Hasil persentase tersebut dianggap sebagai masalah yang terdapat dalam penelitian awal, karena dapat dibedakan antara penilaian responden yang menyatakan setuju lebih kecil dibandingkan dengan penilaian responden yang menyatakan kurang setuju dan tidak setuju.

Berdasarkan tabel jumlah penumpang dan hasil penelitian awal dapat mengindikasikan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT. Kereta Api Indonesia belum optimal dalam menjaga dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Selain dapat dilihat dari jumlah penumpang yang fluktuatif, dapat dijelaskan pula berdasarkan hasil penelitian awal dan wawancara yang dilakukan oleh penulis kepada beberapa penumpang kereta api Cirebon Ekspres masih ada beberapa kekurangan dalam pelayanan kepada penumpang, sehingga banyak keluhan yang dialami oleh penumpang Kereta Api Cirebon, seperti :

- a. Terlambatnya waktu keberangkatan dan tibanya kereta di stasiun
- b. Tidak ada informasi jika kereta api akan datang terlambat di stasiun
- c. Toilet kurang bersih/bau
- d. Menu makanan tidak variatif
- e. Petugas loket kurang ramah
- f. Harga tiket terlalu mahal
- g. Sistem pembelian tiket online sering gangguan
- h. Kursi yang kurang nyaman

- i. Penempatan AC tidak sesuai dengan kursi penumpang
- j. Jalur kereta belum double track
- k. Harga menu makanan dan minuman direstorasi diatas standar
- l. Kurang komunikasi antara petugas dengan penumpang

Keluhan yang dialami oleh masyarakat, jumlah penumpang belum sesuai harapan dengan yang telah ditargetkan, serta keterlambatan yang dialami oleh KA. Ciremai tersebut menjadi tantangan bagi PT. KAI untuk meningkatkan volume penumpang. Kualitas pelayanan yang tidak memuaskan menimbulkan keluhan konsumen yang seringkali berdampak negatif terhadap citra perusahaan. Hal tersebut memungkinkan penumpang mengalihkan preferensinya pada jasa angkutan lain seperti travel dan angkutan bus. Pelayanan yang kurang sesuai dengan janji yang diberikan PT. KAI akan mempengaruhi citra PT. KAI di masa yang akan datang, sehingga PT. KAI pun harus memperbaiki kualitas pelayanannya dan strategi harga untuk mendapatkan kepuasan dan juga loyalitas pelanggannya karena dalam bidang jasa transportasi, fasilitas, pelayanan dan persaingan harga adalah hal yang sangat diutamakan.

Strategi pemasaran untuk menciptakan permintaan melalui Loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh barang atau jasa yang dibutuhkan konsumen, harga barang atau jasa, upaya mendistribusikan barang atau jasa dari produsen kepada konsumen, kegiatan memperkenalkan kepada konsumen (promosi), sumber daya manusia yang berperan dalam hal pelayanan kepada konsumen, bukti fisik dimana jasa disampaikan untuk interaksi antara perusahaan dengan konsumen, dan proses penyampaian jasa kepada konsumen. Jelasnya bahwa kegiatan memasarkan suatu

produk dipengaruhi oleh interaksi dari ketujuh hal tersebut diatas. Hal tersebut dinyatakan dengan istilah marketing mix. Marketing mix yakni interaksi dari empat unsur produk (4P), yaitu *Product* (produk), *Price* (harga), *Place* (distribusi), *Promotion* (promosi) dan, ditambah tiga unsur pada jasa (3P), yaitu *People* (sumber daya manusia), *Process* (proses), dan *Physical eviden* (bukti fisik). Masing-masing variabel tersebut berinteraksi satu sama lain guna menciptakan suatu permintaan terhadap barang atau jasa yang ditawarkan memberikan manfaat, diterima baik oleh konsumen yang pada ujungnya pelanggan akan menjadi loyal.

Loyalitas memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan, mempertahankan mereka berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, hal ini menjadi alasan utama bagi sebuah perusahaan untuk menarik dan mempertahankan mereka. Menurut Ratih Hurriyati (2010:128).

Secara bahasa loyal berarti setia, sehingga loyalitas diartikan sebagai kesetiaan yang timbul tanpa adanya paksaan, tetapi timbul dari kesadaran sendiri. Loyalitas terhadap produk/jasa perusahaan (merek) didefinisikan sebagai sikap menyenangkan (favorable) terhadap sesuatu merek, yang direpresentasikan dalam pembelian yang konsisten terhadap merek itu sepanjang waktu.

Hal ini menjadi alasan utama bagi sebuah perusahaan untuk menarik dan mempertahankan mereka. Dua hal yang menjadi pertimbangan utama perusahaan dalam mempertahankan loyalitas pelanggan adalah, pertama karena semakin mahal biaya perolehan pelanggan baru dalam iklim kompetisi yang

sedemikian ketat. Kedua adalah adanya kenyataan bahwa tingkat profitabilitas perusahaan berbanding lurus dengan pertumbuhan hubungan antara perusahaan dan pelanggan secara permanen.

Pelanggan yang merasa puas saja belum menjamin pelanggan akan loyal karena, seperti dilaporkan Harvard Business School Review, tiap tahun 15% - 40% dari pelanggan yang semula puas kemudian beralih ke pesaing. Dengan kata lain, kepuasan tidak lantas berarti loyalitas. Loyalitas ditunjukkan oleh aksi yang dilakukan pelanggan tanpa ada keterpaksaan dan tekanan dari pihak manapun. Sikap loyal tersebut merupakan tujuan akhir dari perusahaan dalam membina pelanggan. Pelanggan yang loyal merupakan aset penting bagi perusahaan dalam meningkatkan laba dan prospek perusahaan di masa datang.

Loyalitas penumpang merupakan bentuk tertinggi dari kepuasan penumpang, karena penumpang yang dikatakan loyal adalah mereka yang telah merasakan kepuasan terhadap apa yang diberikan oleh suatu produk atau jasa, sehingga mereka memiliki antusiasme untuk melakukan pembelian kembali bahkan memperkenalkan atau merekomendasikan produk atau jasa perusahaan kepada siapapun yang mereka kenal.

Bentuk Pelayanan jasa yang diberikan oleh PT. KAI khususnya pada Kereta Api Ciremai jurusan Bandung - Cirebon seperti adanya Kereta Makan yang berguna sebagai Restorasi disetiap Rangkaian Kereta Api sehingga dapat melayani makan dan minum penumpang selama perjalanan. Kemudian adanya Kru KA yang bertugas bertanggungjawab selama perjalanan. Mereka secara professional terlatih untuk melayani pelanggan Kereta Api. Didalam Kereta

terdapat seorang *Manager On Duty* (MOD) yang berperan sebagai *Customer Service* yang siap menerima kritik, saran dan komplemen guna memenuhi kebutuhan pelanggan akan pelayanan yang prima. Terdapat Petugas *On Train Cleaning* (OTC) yang bertugas menjaga kebersihan Kereta Api selama dalam perjalanan. Frekuensi perjalanan KA Ciremai adalah 4 kali perjalanan pulang dan pergi dalam satu hari. Perjalanan Bandung - Cirebon sepanjang \pm 210 km menelusuri alam pegunungan Priangan Bagian Utara ditempuh kereta ini dengan waktu rata-rata 4 jam. (Sumber: www.kereta-api.co.id). Berikut jadwal Ciremai Ekspres :

Tabel 1.5
Jadwal Keberangkatan KA Ciremai Ekspres Rute Bandung – Cirebon PP.

Stasiun	Berangkat	Datang
Cirebon	05.00	09.08
Bandung	09.55	14.05
Cirebon	15.00	19.08
Bandung	19.45	23.50

Sumber : www.stasiunbandung.com/jadwal-kereta-api/jadwal-ka-ciremai-ekspres

Menurut Fandy Tjiptono dalam Sunyoto (2012:236), kualitas atau mutu dalam industri jasa pelayanan: “Suatu penyajian produk atau jasa sesuai ukuran yang berlaku ditempat produk tersebut diadakan dan penyampaiannya setidaknya sama dengan yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen”.

Pelayanan yang diterapkan oleh PT. KAI, penumpang akan merasa dihargai, dipermudah proses pembeliannya, dan akan ada hubungan timbal balik yang saling menguntungkan antara pihak perusahaan dengan konsumen. Pelayanan tersebut dapat berupa *Tangibles*, *Emphaty*, *Realibility*, *Responsiveness*, dan *Assurance* kepada konsumen dengan baik. Beberapa dimensi kualitas jasa

diteliti oleh banyak ahli. Parasuraman dkk. pada riset eksploratori mereka meneliti kualitas jasa dan faktor-faktor yang menentukannya. Mereka menemukan 5 dimensi kualitas jasa, yaitu:

1. *Tangibles* (berwujud) : Fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.
2. *Emphaty* (empati) : Kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan pelanggan.
3. *Reliability* (keandalan) : Kemampuan untuk memberikan jasa dengan segera dan memuaskan.
4. *Responsiveness* (Tanggap) : Kemampuan untuk memberikan jasa dengan tanggap.
5. *Assurance* (Jaminan/Kepastian): Kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh para staf, bebas dari bahaya, resiko dan keragu-raguan.

Berdasarkan pengertian tersebut terlihat bahwa kesenjangan atau *gap* yang dirasakan oleh pelanggan akan selalu dinilai lewat poses perbandingan yang berkelanjutan antara harapan dengan kenyataan yang diberikan oleh perusahaan. Tentunya hal tersebut perlu menjadi perhatian para penyedia jasa, konsumen pasti akan mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum, jika kenyataan dibawah harapan, konsumen cenderung tidak puas. Jika kenyataan sesuai dengan harapan, maka pelanggan akan puas. Jika kenyataan melampaui harapan, maka pelanggan akan sangat puas.

Jasa transportasi ini memberikan berbagai macam pelayanan serta promosi agar jasa transportasinya dipilih oleh masyarakat. Dalam beberapa tahun terakhir, PT. Kereta Api Indonesia (KAI) (Persero) sedang melakukan berbagai pembenahan yang bertujuan meningkatkan pelayanannya kepada pengguna jasa kereta api. Termasuk diantaranya sentralisasi stasiun, pelarangan pedagang asongan, dan penataan area stasiun yang sedang dilakukan saat ini. Proses peningkatan pelayanan oleh PT. KAI ini, sepenuhnya didukung dan diakomodir oleh Kepolisian Republik Indonesia. Hal ini dapat dirasakan dengan menurunnya tingkat kejahatan di Kereta Api. Secara perlahan pelayanan KAI mulai memenuhi ekspektasi penumpang. (Sumber: Unit Pelayanan dan Komersil PT. KAI Daop 2 Bandung).

PT.KAI (Persero) sebagai lembaga penyedia jasa yang memiliki misi “Menyelenggarakan bisnis perkeretaapian dan bisnis usaha penunjangnya, melalui praktek bisnis dan model organisasi terbaik untuk memberikan nilai tambah yang tinggi bagi *stakeholders* dan kelestarian lingkungan berdasarkan 4 pilar utama : keselamatan, ketepatan waktu, pelayanan dan kenyamanan.”(Sumber: Humas PT. KAI Daop 2 Bandung). Maka salah satu yang harus diperhatikan adalah kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. KAI khususnya untuk Daerah Operasi 2 Bandung.

KA Ciremai Ekspres tujuan Bandung - Cirebon PP menginginkan penjualan yang lebih. Faktor fasilitas dari produk dan harga yang murah diharapkan mampu untuk meningkatkan loyalitas penumpang menggunakan KA Ciremai Ekspres. Dengan fasilitas yang baik diharapkan mampu memberikan

kepuasan dan mampu meningkatkan perhatian konsumen untuk menggunakan jasa ini. Selain itu, dengan harga yang murah diharapkan mampu memberikan daya tarik kepada konsumen, terutama dengan konsumen dengan penghasilan rendah.

Harga tiket yang diberlakukan untuk menggunakan jasa KA Ciremai Ekspres jurusan Bandung-Cirebon ialah untuk kelas Bisnis berkisar antara Rp. 80.000 – Rp. 110.000. sedangkan untuk kelas Eksekutif berkisar antara Rp. 120.000 – Rp. 135.000. (<https://tiket.kereta-api.co.id>)

Kualitas pelayanan dan harga tersebut dimaksudkan untuk menarik kembali konsumen yang telah beralih ke moda transportasi lain, sehingga keputusan penumpang menggunakan jasa KA Ciremai Ekspres terlahir kembali. Kondisi inilah yang membuat penulis tertarik untuk meneliti sejauh mana peran kualitas pelayanan dan harga mempengaruhi loyalitas pelanggan menggunakan jasa KA Ceremai Ekspres.

Berdasarkan berbagi masalah tersebut, maka PT. Kereta Api Indonesia (Persero), menyadari akan pentingnya pelayanan jasa karea pada kenyataannya strategi pemasaran jasa ini belum optimal dan kurang terlaksana dengan baik. Penyampaian jasa harus dilakukan dengan efektif dan berkesinambungan oleh PT. Kereta Api Indonesia (Persero) karena jasa transportasi merupakan jasa kontak yang memiliki interaksi secara signifikan antara pelanggan, karyawan penyedia jasa serta fasilitas fisik pendukung serta antara karyawan penyedia jasa dengan penumpang secara bersama-sama memainkan peran penting menjadi ujung tombak dalam membentuk pengalaman jasa penumpang dan dapat mempengaruhi

persepsi penumpang mengenai kualitas jasa secara keseluruhan. Jika penumpang memahami bahwa penyampaian jasa yang diberikan oleh perusahaan memenuhi harapan, maka akan tercipta kepuasan dan hal ini memberikan manfaat diantaranya hubungan antara perusahaan dengan penumpang harmonis, dan dapat terbentuk rekomendasi positif dengan cara *word of mouth* yang akan menciptakan loyalitas penumpang dan pada akhirnya akan meningkatkan laba bagi perusahaan.

Berdasarkan uraian dan latar belakang diatas, maka penulis ingin mengetahui lebih jauh dan tertarik untuk melakukan penelitian tentang: **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Tiket Terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Kereta Api (Survei Pada Penumpang Kereta Api Cirebon Ekspres)”**.

1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

1. Jumlah penumpang belum sesuai dengan yang telah ditargetkan.
2. Kenaikan dan penurunan jumlah penumpang setiap bulan.
3. Penurunan jumlah penumpang setiap tahun.
4. Banyak penumpang yang beralih ke moda transportasi lain.
5. Terlambatnya waktu keberangkatan dan tibanya kereta di stasiun.
6. Sistem pembelian tiket online yang sering bermasalah.
7. Harga tiket tidak sesuai dengan pelayanan yang diberikan.
8. Kurangnya informasi keterlambatan kereta.
9. Keluhan penumpang yang kurang diperhatikan.

10. Minimnya sarana penyampaian kepuasan penumpang pasca menggunakan jasa kereta api Cirebon Ekspres.
11. Kurangnya loyalitas penumpang terhadap jasa kereta api Cirebon Ekspres
12. Kurangnya komunikasi antara petugas dengan penumpang.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas maka masalah dalam penelitian ini baik secara simultan maupun parsial dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana Kualitas Pelayanan pada KA Cirebon Ekspres.
2. Bagaimana Tanggapan Penumpang Tentang Kualitas Pelayanan KA Cirebon Ekspres.
3. Bagaimana Tanggapan Penumpang Tentang Harga Tiket KA Cirebon Ekspres.
4. Bagaimana Tanggapan Penumpang Tentang Loyalitas KA Cirebon Ekspres.
5. Seberapa Besar Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Tiket Terhadap Loyalitas Pelanggan KA Cirebon Ekspres.
6. Seberapa Besar Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan KA Cirebon Ekspres.
7. Seberapa Besar Harga Tiket Berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan KA Cirebon Ekspres.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Kualitas Pelayanan pada KA Ciremai Ekspres.
2. Tanggapan Penumpang Tentang Kualitas Pelayanan KA Ciremai Ekspres.
3. Tanggapan Penumpang Tentang Harga Tiket KA Ciremai Ekspres.
4. Tanggapan Penumpang Tentang Loyalitas KA Ciremai Ekspres.
5. Besarnya Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Tiket Terhadap Loyalitas Pelanggan KA Ciremai Ekspres.
6. Besarnya Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan KA Ciremai Ekspres.
7. Besarnya Harga Tiket Berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan KA Ciremai Ekspres.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penulis mengharapkan penelitian ini dapat memberikan hasil yang bermanfaat, sejalan dengan tujuan penelitian diatas. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna baik secara teoritis maupun praktis.

Berikut kegunaan penelitian :

1. Kegunaan secara teoritis.
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi penulis serta menambah ilmu yang telah didapatkan dibangku kuliah.

- b. Penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar studi perbandingan dan referensi bagi penelitian lain yang sejenis.

2. Kegunaan praktis :

1. Penelitian ini akan dapat menambah wawasan dan pengetahuan khususnya dalam bidang manajemen pemasaran dan ilmu pengetahuan ekonomi yang ada hubungannya dengan masalah-masalah mengenai pemberian fasilitas dan penetapan tarif.
2. Penelitian ini diharapkan sebagai bahan latihan bagi penulis dalam memperoleh informasi dan dapat memberikan gambaran atau masukan terhadap PT. Kereta Api Daerah Operasi 2 Bandung dalam merancang dan menerapkan pemberian fasilitas.
3. Penelitian ini diharapkan dapat menambah masukan dan pengalaman penulis dalam mengaplikasikan atau mempraktekan ilmu yang telah didapatnya.
4. Penelitian ini akan menghasilkan suatu kesimpulan dan saran-saran terhadap masalah yang dihadapi perusahaan sebagai suatu masukan dan bahan pertimbangan pemberian fasilitas dan efektif dimasa yang akan datang.