

ABSTRAK

Manajemen pemasaran merupakan seni dan ilmu untuk memilih pasar sasaran dan meraih meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan penumpang di PT. Kereta Api Indonesia (survei pada penumpang kereta api argo parahyangan) baik secara simultan maupun parsial. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan verifikatif dengan jumlah sampel 100 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara dan menyebarkan kuesioner. Metode analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda, korelasi berganda, koefisien determinasi dan uji hipotesis.

Hasil penelitian menunjukkan besar pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan penumpang di PT. Kereta Api Indonesia (survei pada kereta api argo parahyangan) dapat dikatakan baik. Secara parsial harga lebih besar pengaruhnya terhadap kepuasan penumpang yaitu sebesar 44,7% sedangkan kualitas pelayanan berpengaruh sebesar 11,8%.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan

ABSTRACT

Marketing management is the art and science of choosing the target markets and seize, retain, and grow customers by creating, delivering, and communicating superior customer value.

This study aims to determine how much influence the quality of service and price to passenger satisfaction at PT. Kereta Api Indonesia (survey on passenger railway argo parahyangan) either simultaneously or partially. The research method used is descriptive and verifikatif with the number of samples of 100 respondents. Data collection techniques used are observation, interview and spread the questionnaire. Data analysis method used is multiple linear regression, multiple correlation, coefficient of determination and hypothesis test.

The result of this research shows the influence of service quality and price to passenger satisfaction at PT. Kereta Api Indonesia (survey on railway argo parahyangan) can be said good. Partially price greater influence on passenger satisfaction amounting to 44,7% while the service quality influence 11,8%.

Keywords: Quality of Service, Price, Satisfaction