

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Transportasi digunakan untuk berpindah dari suatu tempat ke tempat lainnya. Moda transportasi yang sering digunakan adalah moda transportasi darat. Moda transportasi darat memiliki banyak pilihan, diantaranya: kereta api, bus, dan shuttle travel. Kereta Api merupakan satu-satunya alat transportasi yang menggunakan lintasan rel. Sementara Bus dan *shuttle* Travel menggunakan jalanan beraspal untuk kegiatan operasionalnya.

Perkembangan kereta api di Indonesia saat ini telah semakin membaik, hal ini dikarenakan telah terjadi beberapa perubahan mendasar. Pada awal perkembangannya, kereta api dibuat oleh pemerintah Hindia Belanda pada tahun 1864 dengan tujuan untuk mengangkut rempah-rempah hasil dari para petani, sering berjalannya waktu pembangunan lintasan rel kereta semakin panjang dan akhirnya kereta api juga dipakai untuk mengangkut penumpang. Indonesia merdeka pada tahun 1945, sesuai dengan ketentuan UUD 1945 Pasal 33 Ayat 2 “Cabang-cabang produksi yang penting bagi Negara dan yang menguasai hajat hidup orang banyak dikuasai oleh Negara”. kepemilikan kereta api diambil alih oleh pemerintah Indonesia. Nama Perusahaan diganti menjadi Djawatan Kereta Api. Sejak tahun 1945, nama perusahaan sering mengalami perubahan, terakhir adalah pada tahun 2010 hingga sekarang nama perusahaan adalah PT. Kereta Api Indonesia (Persero).

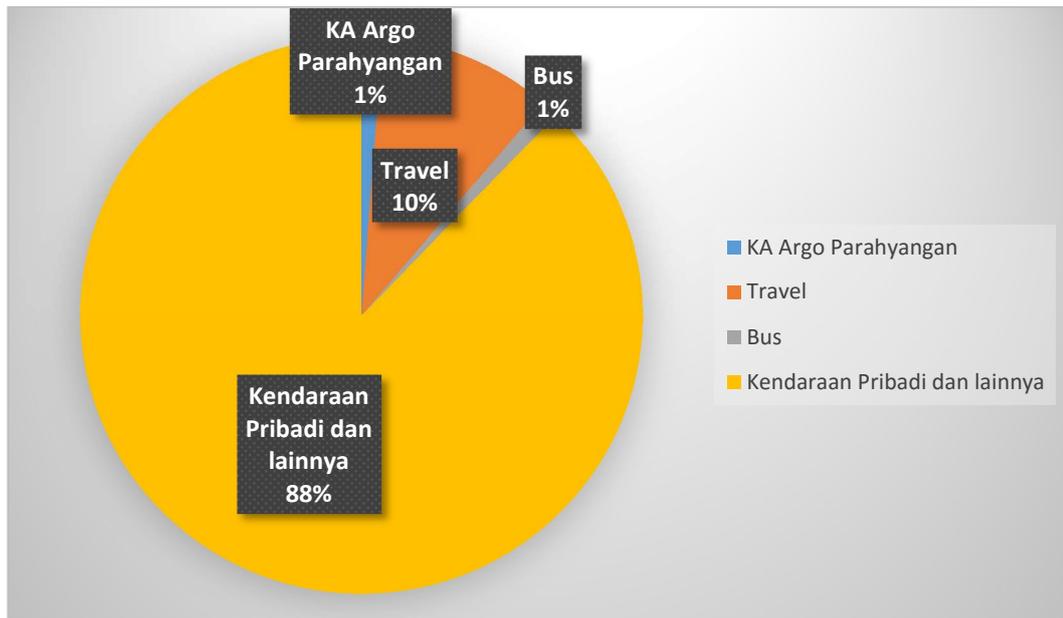
Volume penjualan tiket kereta api Argo Parahyangan memang fluktuatif, pada hari selasa sampai dengan kamis penjualan tiket masih terhitung rendah, sementara pada saat menuju akhir pekan, penjualan tiket cenderung naik. Kereta api yang berangkat dari Jakarta mengalami kenaikan volume penjualan tiket pada hari jumat yaitu sore hari menuju malam dan hari sabtu pagi. Sementara untuk kereta yang berangkat dari Bandung menuju Jakarta mengalami kenaikan jumlah penumpang pada hari minggu sore menuju malam dan senin pagi. Peningkatan jumlah penumpang pada hari dan jam tersebut merupakan suatu masalah juga bagi PT. Kereta Api Indonesia, karena pada jam itu kereta api sudah penuh semua, sehingga apabila ada penumpang yang belum membeli tiket dan kehabisan tiket kereta, penumpang itu bisa pindah menggunakan transportasi lain seperti Bus dan Travel.

Bus merupakan salah satu alat transportasi darat yang cukup banyak penggemarnya juga. Alasan paling mendasar yang membuat bus digemari adalah kepraktisannya, penumpang bisa turun dimana saja. Selain itu jadwal keberangkatan bus juga cukup banyak. Bandung memiliki dua terminal besar untuk menurunkan dan menaikkan penumpang yaitu terminal Cicaheum dan terminal Leuwi panjang. Terminal Cicaheum melayani rute perjalanan ke arah timur, yaitu Jawa Barat bagian timur, Jawa Tengah, Yogyakarta. Terminal Leuwi Panjang melayani rute ke arah barat, seperti Jakarta, dan Banten. Primajasa adalah salah satu bus antar kota yang mealayani rute Bandung-Jakarta. Bus Primajasa rute dari Bandung ke Jakarta beroperasi setiap jam mulai dari pukul 05:00 sampai dengan pukul 21:00.

Sejak dibukanya tol cipularang pada 26 April 2005 untuk masyarakat umum, jalan yang lurus dan tidak berkelok-kelok memangkas waktu tempuh dari Bandung ke Jakarta menjadi 3 jam. Sejak itu pula mulai bermunculan bisnis travel untuk memenuhi kebutuhan mobilitas masyarakat dari Bandung ke Jakarta dan sebaliknya. Travel *shuttle service* saat ini melayani pemberangkatan dari suatu titik ke satu titik tujuan tertentu. Rute Bandung-Jakarta cukup ramai dilalui oleh perusahaan Travel. Xtrans merupakan perusahaan Travel yang beroperasi dan memiliki rute Bandung-Jakarta. Jadwal keberangkatan dari Bandung atau Jakarta yaitu setiap jam mulai dari pukul 05.00 sampai 21.00.

Kereta api memang menjadi satu-satunya perusahaan transportasi darat yang menggunakan lintasan rel di Indonesia, tetapi masih memiliki kompetitor lain di bidang transportasi darat. Banyaknya pesaing yang bermain di bidang transportasi darat membuat kereta api harus terus berinovasi dan meningkatkan kualitas layanan agar bisa mendapat perhatian dari konsumen. 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.

Jalur Bandung-Jakarta memang sangat padat, terbukti dengan sering macetnya jalan tol cipularang pada saat ini. 80juta orang pada tahun 2016 Pergi ke Bandung dan Jakarta PP. Dari 80juta orang tersebut Kereta Api Argo Parahyangan kelas Eksekutif hanya mampu merebut pasar sekitar 1,2% bisa dilihat dari gambar 1.1 yang menunjukkan angka pangsa pasar transportasi rute Bandung-Jakarta PP.



Gambar 1.1

Pangsa Pasar Transportasi Rute Bandung-Jakarta Tahun 2016

Sumber: Dinas Perhubungan Provinsi Jawa Barat

Berdasarkan gambar 1.1 tersebut, bisa dilihat orang-orang kebanyakan memilih kendaraan pribadi selat alat transportasi untuk melakukan mobilitas dari Bandung ke Jakarta dan sebaliknya, tercatat dalam data yang dihimpun 88% memilih kendaraan pribadi. Kereta api dan Bis menjadi transportasi dengan nilai terendah yaitu masing-masing sekitar 1% saja. Sementara Travel mendapatkan 10%. Tol Cipularang yang memberikan kepraktisan menjadikan opsi menaiki mobil pribadi sebagai pilihan dalam melakukan perjalanan. Warga Bandung dan Jakarta yang kebanyakan masyarakat menengah keatas dari segi ekonomi sudah pasti memiliki sebuah mobil dan menggunakan mobil tersebut untuk mobilitasnya.

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.

Faktor yang menyebabkan konsumen memilih suatu alat transportasi salah satunya adalah jadwal keberangkatan yang tepat, karena bagi konsumen yang membeli jasa transportasi, ketepatan waktu merupakan hal yang paling penting. Berikut adalah jadwal keberangkatan dan ketibaan kereta api Argo Parahyangan dengan jalur Bandung-Jakarta PP.

Tabel 1.1

Jadwal Keberangkatan dan kedatangan Kereta Argo Parahyangan

Jadwal Keberangkatan dan Ketibaan	
Bandung-Jakarta	Jakarta-Bandung
05.00-08.04	05:00-08:34
06:30-09:40	06:30-09:52
08:30-11:59	08:35-11:48
11:50-14:57	10:15-13:35
14:30-17:47	15:30-18:38
16:15-19:31	18:15-21:27
19:25-22:34	20:00-23:12
07:35-10:56(weekend)	07:15-10:25(weekend)
23:20-02:27(weekend)	12:45-15:47(weekend)
04:00-06:53(senin)	11:45-14:57(weekend)

Sumber: Unit CPM PT. Kereta Api Indonesia

Melihat data keberangkatan tersebut, kereta api memiliki tujuh jadwal keberangkatan dari bandung maupun dari jakarta pada hari-hari biasa (*weekday*) sementara pada saat akhir pekan dan hari besar ada penambahan jadwal baru karena permintaan dari penumpang yang tinggi sehingga pada saat akhir pekan ditambah satu rangkaian kereta untuk memenuhi permintaan penumpang. Kereta Api Argo

Parahyanagan memiliki empat rangkaian kereta yang beroperasi setiap hari dan ditambah satu rangkaian kereta yang dioperasikan khusus untuk akhir pekan saja.

PT. Kereta Api Indonesia (Persero) sudah melakukan berbagai strategi untuk membuat jumlah penumpang stabil diangka yang diharapkan. Salah satunya dengan adanya promo untuk pemesanan tiket jauh-jauh hari. Pada saat ini pemesanan tiket kereta api bisa dilakukan 90 hari sebelum jadwal keberangkatan. Kerjasama dengan berbagai macam aplikasi pemesanan tiket sudah dilakukan seperti dengan Traveloka, Pegi-peggi, Paytren dan lain sebagainya. Penjualan tiket kereta api pada berbagai aplikasi tersebut memberikan kemudahan bagi para penumpang dalam pembelian tiket.

Kereta Argo Parahyangan merupakan satu-satunya kereta api yang melayani rute Bandung-Jakarta PP. Kereta ini memiliki dua kelas yaitu kelas eksekutif dan ekonomi. Gerbong kelas eksekutif adalah gerbong yang kualitasnya lebih baik daripada gerbong ekonomi, fasilitas yang ada dalam gerbong eksekutif lebih lengkap dibandingkan dengan gerbong kelas ekonomi. didalam gerbong anda dapat memesan makanan, ada Televisi, AC, stopkontak listrik, toilet, dan juga kursi yang lebih nyaman. Layanan yang berkualitas tinggi tersebut harus dibayar dengan harga yang cukup tinggi juga. Permasalahan yang terjadi adalah apakah pelanggan bisa puas dengan layanan yang diberikan, atau justru harga yang ditawarkan PT. Kereta Api Indonesia terlalu mahal. Berikut adalah tabel volume penjualan tiket kereta api Argo Parahyangan kelas eksekutif terhitung tiga tahun terakhir.

Tabel 1.2

**Volume Penjualan Tiket Kereta Api Argo Parahyangan Bandung-Jakarta
PP Tahun 2014-2016**

Tahun Bulan	2014	2015	2016
Januari	67.099	66.099	75.739
Februari	42.227	58.201	67.297
Maret	67.021	63.245	75.880
April	60.427	68.675	81.599
Mei	81.864	73.551	91.388
Juni	66.459	69.341	71.011
Juli	64.396	80.769	93.973
Agustus	76.361	70.753	85.193
September	58.723	79.359	71.867
Oktober	65.719	69.182	80.784
November	64.340	82.289	72.080
Desember	86.180	101.523	92.357
Total	800.816	882.987	959.187

Sumber: Direktorat Komersial dan Teknologi Informasi PT. KAI

Berdasarkan tabel volume penjualan tersebut, penjualan tiket Kereta Api Argo Parahyangan kelas eksekutif fluktuatif cenderung turun. Pada bulan januari 2016 menuju februari 2016 mengalami penurunan sebesar 11%. Pada bulan maret, april dan mei berturut-turut mengalami kenaikan, kemudian pada bulan Juni kembali mengalami penurunan sebesar 22%. Pada bulan Juli 2016 peningkatan penjualan naik dikarenakan bertepatan dengan adanya hari raya idul fitri. Pada

bulan selanjutnya yaitu Agustus penurunan kembali terjadi. Bulan September juga volume penjualan mengalami penurunan kembali dan baru pada bulan oktober mengalami peningkatan akan tetapi pada bulan november volume penjualan kembali mengalami penurunan. Bulan Desember mengalami kenaikan dikarenakan adanya hari raya natal dan tahun baru. Bulan desember 2016 volume penjualan tiket lebih rendah 9% dibandingkan bulan desember tahun 2015.

Penjualan tertinggi tetap berada pada bulan-bulan yang didalamnya ada perayaan hari-hari besar seperti hari raya Idul fitri, idul adha, natal dan juga tahun baru. Kenaikan yang signifikan ini bisa menjadi sebuah bumerang juga bagi perusahaan dikarenakan membludaknya penumpang mengakibatkan pelayanan menjadi kurang bagus. Sering terjadi antrian didepan boarding pass kereta. Antrian panjang ini membuat konsumen tidak nyaman karena harus berdiri cukup lama.

Menurut Amir (2012:70) Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan, kualitas produk, promosi dan harga. Faktor-faktor tersebut khususnya kualitas pelayanan dan harga memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hubungan antara kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen diperkuat dengan jurnal penelitian yang dilakukan oleh Eswika Nilasari Istiastin dalam jurnal EMBA Vol. 1 No. 4 (2015) menunjukkan bahwa secara simultan kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Terdapat pula penelitian awal yang dilakukan oleh penulis mengenai bauran pemasaran jasa (7P) dan kepuasan sebanyak 16 pernyataan, diantaranya :

Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence, dan Kepuasan. Hal tersebut untuk mengetahui permasalahan yang sebenarnya terjadi menyangkut tanggapan penumpang tentang pelayanan yang di berikan karyawan KA Argo Parahyangan dan Kepuasan penumpang terhadap jasa KA Argo Parahyangan dengan cara menyebarkan kuesioner yang dibagikan kepada penumpang KA Argo Parahyangan sebanyak 30 responden.

Berikut beberapa pernyataan yang diajukan kepada setiap responden :

Tabel 1.3
Data Hasil Pra Survey Pada Pelanggan KA Argo Parahyangan Jurusan Bandung –Jakarta PP.

	No	Pernyataan	Penilaian				
			SS	S	CS	TS	STS
<i>Product</i>	1	Fasilitas dalam Gerbong Kereta Api Sudah Lengkap	2	10	10	7	1
	2	Kebersihan dalam Gerbong Kereta Api terjaga dengan baik	6	15	4	5	
<i>Place</i>	3	Lokasi stasiun mudah dijangkau oleh penumpang	8	8	8	6	
	4	Stasiun memiliki ruang tunggu yang nyaman	11	5	5	5	4
<i>Price</i>	5	Harga tiket yang ditawarkan lebih murah dibanding transportasi lain	4	5	5	10	6
	6	Harga tiket yang ditawarkan terjangkau	5	7	10	6	2
<i>Promotion</i>	7	Alat (media) promosi yang digunakan oleh PT. Kereta Api sudah tepat	5	15	5	4	1

	8	Promosi yang diberikan oleh PT. Kereta Api sangat menarik konsumen	5	10	6	4	5
<i>People</i>	9	Karyawan melayani dengan ramah, sopan dan murah senyum	8	7	12	2	1
	10	Karyawan cepat dalam melayani keluhan konsumen	5	10	10	5	
<i>Process</i>	11	Memberikan kemudahan dalam proses pemesanan dan pembayaran tiket	10	10	5	5	
	12	Kereta berangkat dan tiba di stasiun tepat pada jadwal yang sudah ditentukan	8	8	11	2	1
<i>Physical Evidence</i>	13	Gerbong Kereta Api (interior) rapi dan bersih	8	9	9	3	1
	14	Kondisi Eksterior dan Interior Kereta Api dalam keadaan yang baik	8	15	4	3	
Kepuasan	15	Layanan yang diberikan sesuai dengan yang diharapkan penumpang	3	9	8	6	4
	16	Layanan yang didapat sebanding dengan harga yang dibayarkan	2	7	10	8	3

Hasil penelitian awal menunjukkan bahwa pernyataan nomor 1 yang terdapat $10+7+1=18$ responden pada fasilitas sebesar 60% menyatakan tidak setuju. Pernyataan tentang harga (nomor 5 dan 6) yang mempunyai bobot $5+10+6=21$ responden pada harga tiket murah sebesar 70% dan $10+6+2=18$ responden pada harga tiket yang terjangkau sebesar 60% menyatakan tidak setuju. Pernyataan mengenai kepuasan penumpang sebanyak $8+6+4=18$ responden pada kesesuaian harapan dan layanan yang diterima sebesar 60% dan $10+8+3=21$ responden pada kesesuaian harga dan layanan yang didapat sebesar 70% menyatakan tidak setuju.

Perhitungan diatas didapatkan dari penjumlahan antara penilaian responden cukup setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju kemudian dibagi 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 cukup setuju, tidak setuju dan sangat 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 kepuasan penumpang. Jumlah penumpang yang fluktuatif menunjukkan bahwa kualitas layanan yang diberikan oleh PT. Kereta Api masih belum maksimal, selain itu dari hasil penelitian dan wawancara yang dilakukan oleh penulis kepada penumpang KA. Argo Parahyangan masih ada keluhan yang dialami penumpang.

Kepuasan penumpang merupakan aspek utama yang harus dipenuhi oleh pihak PT. Kereta Api Indonesia, dengan terciptanya kepuasan penumpang maka permintaan terhadap tiket kereta pun akan naik. Salah satu hal yang menjadi penyebab terjadinya kepuasan pelanggan adalah dari segi kualitas layanan yang diberikan. Kualitas layanan yang diberikan harus bisa memuaskan konsumen. Konsumen bisa puas terhadap suatu layanan jasa apabila mempunyai harapannya bisa terpenuhi. Konsumen juga membandingkan apa yang didapat disebuah perusahaan dengan perusahaan lainnya. Sehingga kehadiran kompetitor itu penting untuk meningkatkan kualitas layanan dari sebuah perusahaan.

Harga merupakan unsur yang sangat sensitif bagi konsumen, penetapan harga menjadi hal yang sangat penting untuk bisa memperoleh pelanggan. kesalahan dalam penetapan harga bisa berakibat fatal bagi perusahaan. memang dengan harga yang tinggi perusahaan bisa meraih keuntungan lebih besar akan tetapi bagi pelanggan, harga yang terlalu mahal malah bisa menjadi sebuah ketakutan. Masyarakat pada umumnya menyukai produk dengan harga yang rendah. Perusahaan transportasi juga harus menetapkan harga yang sesuai dengan nilai yang akan diterima oleh pelanggan, sehingga pelanggan tidak merasa keberatan dengan uang yang telah dikeluarkan untuk membeli produk atau jasanya. Dari ketiga jenis transportasi darat yang saling bersaing di rute Bandung-Jakarta PP berikut adalah daftar harga tiketnya:

Tabel 1.4

Perbandingan Harga Tiket Alat Transportasi Bandung-Jakarta

Jenis Transportasi	Kereta Api Argo Parahyangan Kelas Eksekutif	Bus Primajasa Kelas Eksekutif	Travel X-Trans ELF-Eksekutif
Harga	120.000	75.000	105.000

Sumber: <http://www.bosbis.com>

Berdasarkan data harga tiket alat transportasi tersebut, dapat disimpulkan bahwa harga tiket kereta api Eksekutif adalah yang paling tinggi dibandingkan dengan Travel dan Bus AKAP. Harga ini bisa memicu persepsi yang tinggi akan kualitas layanan dari perusahaan. Harapan pelanggan terhadap kualitas layanan atau kinerja dari perusahaan akan semakin tinggi karena harga yang mahal. Semakin

tinggi harapan pelanggan maka semakin sulit pula untuk menciptakan kinerja terbaik untuk mendapatkan kepuasan dari pelanggan.

Berdasarkan berbagai masalah tersebut, maka PT. Kereta Api Indonesia (Persero), menyadari akan pentingnya pelayanan jasa karena 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 Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Penumpang di PT. Kereta Api Indonesia (Survey Pada Penumpang Kereta Api Argo Parahyangan)”**.

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

Dalam penelitian ini, peneliti mengamati berbagai fenomena yang terjadi di PT. Kereta Api Indonesia. Dalam fenomena tersebut terdapat berbagai masalah yang diidentifikasi dan dirumuskan oleh penulis.

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan dari latar belakang yang telah diuraikan diatas, penulis mengidentifikasi beberapa masalah dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Persaingan yang ada pada transportasi darat sangat ketat.
2. Tingkat penjualan tiket kereta api yang fluktuatif.
3. Perbandingan antara jumlah tiket yang terjual pada saat ramai dan saat sepi sangat jauh.
4. Kualitas layanan kereta api yang masih rendah.
5. Petugas Boarding Pass sering terlambat pada pagi hari, mengakibatkan antrian panjang.
6. Harga Tiket Kereta Api yang relatif mahal.
7. Minimnya sarana menyampaikan kepuasan penumpang kepada pihak perusahaan.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan diatas, penulis dapat merumuskan beberapa masalah dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana Tanggapan Penumpang Tentang Kualitas Layanan KA Argo Parahyangan.
2. Bagaimana Tanggapan Penumpang Tentang Harga Tiket KA Argo Parahyangan.
3. Bagaimana Tanggapan Penumpang Tentang Kepuasan KA Argo Parahyangan.
4. Seberapa Besar Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Kepuasan Penumpang KA Argo Parahyangan baik secara parsial maupun simultan.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis:

1. Tanggapan Penumpang Tentang Kualitas Layanan KA Argo Parahyangan.
2. Tanggapan Penumpang Tentang Harga Tiket KA Argo Parahyangan.
3. Tanggapan Penumpang Tentang Kepuasan KA Argo Parahyangan.
4. Besarnya Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Tiket Terhadap Kepuasan Penumpang KA Argo Parahyangan baik secara parsial maupun simultan.

1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini terbagi kedalam dua kegunaan yaitu kegunaan teoritis dan kegunaan Praktis.

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Adapun kegunaan teoritis dalam penelitian ini adalah :

1. Dapat memperkaya teori-teori mengenai kualitas layanan, harga dan kepuasan penumpang.
2. Dapat memperkaya konsep atau teori yang menunjang perkembangan ilmu pengetahuan bidang kajian manajemen pemasaran.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Adapun kegunaan praktis dalam penelitian ini adalah :

1. Bagi Penulis

- a. Menjadi lebih memahami tingkat kepuasan penumpang berdasarkan kualitas layanan dan harga yang ditetapkan oleh PT. Kereta Api Indonesia (Persero).
- b. Memahami dan menganalisis kualitas layanan yang diberikan kepada penumpang agar penumpang merasa puas.
- c. Memahami dan menganalisis keseimbangan antara harga yang ditetapkan dan kualitas layanan yang diberikan guna menciptakan kepuasan penumpang.
- d. Dapat memahami dan menganalisis harapan yang timbul dari penumpang untuk merealisasikan kinerja yang sesuai dengan harapan.

2. Bagi perusahaan

- a. Hasil penelitian diharapkan dapat membantu perusahaan dalam memenuhi harapan penumpang.

- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dalam menangani masalah yang dihadapi berkaitan dengan tingkat kepuasan penumpang.
- c. Membantu perusahaan dalam peningkatan kualitas dan penetapan harga.
- d. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pikiran mengenai kualitas layanan dan penetapan harga dalam mewujudkan kepuasan penumpang dan menjadi masukan yang dapat digunakan oleh perusahaan sebagai bahan pertimbangan untuk lebih meningkatkan pencapaian tujuan perusahaan.

3. Bagi pihak lain

- a. Sebagai masukan bagi penulis lain yang sedang melakukan penelitian dengan bidang kajian yang sama.
- b. Sebagai referensi bagi penelitian=penelitian lain yang sejenis
- c. Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan perbandingan untuk penelitian sejenis
- d. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi, wawasan dan pengalaman secara langsung dalam menghadapi permasalahan yang ada di dalam dunia kerja serta dapat digunakan untuk latihan menerapkan antara teori yang didapat dari bangku kuliah dengan dunia kerja atau kenyataan.