

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan KRL Commuterline Rute Jakarta Kota – Bogor

*Dickdick Sodikin¹, Ganda²

Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Administrasi
Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI

Abstract.

PT. Kereta Commuter Indonesia is a popular mode of public transportation for Indonesians. This study aims to determine how much influence the quality of service and facilities has on customer satisfaction of the KRL commuter line from Jakarta Kota to Bogor. The research is quantitative, and a simple random sampling technique was used. Questionnaires were distributed to 100 respondents to obtain the research data. Multiple regression was used to analyze the data. The results showed that the service quality variable (X1) had a positive and significant effect, with 56.2% customer satisfaction. The facility variable (X2) had a positive and significant effect, with 58.6% customer satisfaction. Besides, the quality of service and facilities jointly affect customer satisfaction by 64.9%.

Keywords: Service quality, facilities, customer satisfaction

Cronicle of Article:Received (05,06,2023); Revised (07,06,2023); and Published (12,06,2023).

©2023 Jurnal Administrasi Bisnis & Entrepreneurship, Program Studi Adminitrasi Bisnis Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI

Profile and corresponding author (contoh): Dickdick Sodikin adalah Program Studi Administrasi Bisnis, Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI. Jl. Pangkalan Asem Raya No. 55 Cempaka Putih Kota Jakarta Pusat 10530. *Corresponding Author:* dicky.consulting@gmail.com

How to cite this article : Ganda, Adia Suhenda (2022) 'Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan KRL Commuterline Rute Jakarta Kota - Bogor', *Adbispreneur*, 3(3), pp. 302-309. Available at: <http://ojs.stiami.ac.id/index.php/JAMBIS>

PENDAHULUAN

Kualitas pelayanan merupakan strategi keuntungan untuk menarik lebih banyak pelanggan baru, mempertahankan pelanggan yang sudah ada, menghindari perubahan pelanggan dan

menciptakan manfaat khusus. Perusahaan yang mengutamakan kualitas pelayanan berdampak pada kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan upaya untuk menciptakan kenyamanan bagi pelanggan sehingga pelanggan merasa memiliki nilai yang lebih besar dari yang diharapkan. Fasilitas juga merupakan salah satu penunjang bisnis dimana fasilitas tersebut membuat nyaman pelanggan. Sarana adalah sarana dan prasarana utama dalam upaya meningkatkan kepuasan pemenuhan kebutuhan dan fasilitas pengguna jasa. Jika fasilitas yang diberikan memenuhi persyaratan, pelanggan akan puas.

Pesatnya perkembangan dan tuntutan pelayanan publik yang dihadapi organisasi pelayanan publik saat ini harus dikelola dengan baik oleh pemerintah atau swasta. Organisasi harus mempersiapkan diri untuk memberikan pelayanan yang terbaik, terutama untuk kepuasan masyarakat pengguna. Sertifikasi manajemen merupakan masalah utama, terutama dengan standarisasi sistem manajemen mutu. Perusahaan yang mengadopsi sistem manajemen mutu harus menetapkan kerangka sistem mutu untuk mencapai tujuan yang ditetapkan oleh pemerintah (Halim et al., 2021).

PT. Kereta Commuter Indonesia adalah salah satu anak perusahaan di lingkungan PT KERETA API INDONESIA (Persero) yang dibentuk dengan nama awal yaitu PT KAI Commuter Jabodetabek sesuai dengan Inpres No. 5 tahun 2008 dan Surat Meneg BUMN No. S-653/MBU/2008 tanggal 12 Agustus 2008. Pembentukan anak perusahaan ini berawal dari keinginan para stakeholdernya untuk lebih fokus dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dan menjadi bagian dari solusi permasalahan transportasi perkotaan yang semakin kompleks. PT KAI Commuter mencatat jumlah penumpang KRL Jabodetabek pada 2021 sebanyak 123.125.911 penumpang dengan rata-rata 337.331 pengguna tiap harinya atau turun sebesar 19,6 persen dibanding tahun 2020 yakni sebanyak 153.154.151 penumpang dengan rata-rata 419.600 pengguna tiap harinya (Antara, 2022). Anjloknya sektor transportasi pada 2020 terjadi seiring mobilitas masyarakat yang berkurang selama pandemi. Masyarakat menghindari aktivitas di luar rumah untuk menghindari penularan COVID-19 dan untuk mematuhi peraturan PSBB yang termasuk membatasi penggunaan moda transportasi umum.

Turunnya penumpang rata-rata KCI dari 1,1 juta menjadi 400 ribu penumpang tidak membuat kami putus asa dan lelah dalam melayani masyarakat. Dengan semangat "*Spinning the Limit to Win from Pandemic*", KCI berupaya keras untuk terus melayani masyarakat dengan layanan yang dapat diandalkan. Namun, banyak hal yang dapat mengecewakan pelanggan dengan layanan yang ditawarkan PT KCI, seperti aturan antrian masuk stasiun pada jam sibuk yang menyebabkan penumpang membutuhkan waktu lebih banyak dalam perjalanan pergi dan pulang serta jadwal pemberangkatan yang tidak sesuai dengan jadwal seharusnya, selain itu beberapa AC di kereta yang kurang dingin menyebabkan penumpang tidak nyaman, sorotan terhadap eskalator yang tidak beroperasi karena rusak juga sangat membuat tidak nyaman para pengguna, ketidaksesuaian informasi yang tersedia di aplikasi mobile PT KCI (*krl access*). Aturan yang diterapkan selama pandemi juga menyita perhatian masyarakat dengan diberlakukannya pembatasan jumlah penumpang di setiap gerbong yang kurang efektif karena penumpang yang naik di setiap stasiun pemberhentian membludak menyebabkan tidak adanya jaga jarak antar penumpang (*physical distancing*).

Melihat fenomena tersebut, dapat dikatakan kualitas pelayanan dan fasilitas penting untuk kepuasan pelanggan, sehingga penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan pelanggan KRL Commuter Line Rute Jakarta Kota - Bogor".

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian yaitu:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan KRL Commuter Line Rute Jakarta Kota – Bogor.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan KRL Commuter Line Rute Jakarta Kota – Bogor.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan KRL Commuter Line Rute Jakarta Kota - Bogor.

LITERATUR REVIUW

Jasa

Jasa didefinisikan oleh kotler dan keller dalam Tjiptono (2019:29) sebagai tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan pada suatu pihak kepada pihak lain yang dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan atas kepemilikan sesuatu. Menurut Mudrick dalam Manullang (2016:3) Jasa adalah *intangable* (misalnya hiburan, kenyamanan, kesenangan dan kesehatan) dan *perishable* (jasa tidak dapat disimpan sebagai persediaan yang siap dijual atau dikonsumsi pada saat diperlukan) jasa diciptakan dan dikonsumsi secara simultan.

Kualitas Pelayanan

Abrar dan Nasir menjelaskan bahwa kualitas pelayanan adalah adanya evaluasi pelanggan terhadap produk dan jasa yang ditawarkan secara keseluruhan dan penyampaian pelayanan yang lebih baik atau lebih baik. Yousapronpaiboon dan Johnson menggambarkan kualitas layanan sebagai perbedaan antara persepsi pelanggan terhadap layanan yang diberikan dan harapan pelanggan setelah mengevaluasi layanan yang diterima. Dengan kata lain, kualitas pelayanan adalah nilai yang diharapkan dengan nilai yang dirasakan oleh pelanggan (Halim et al., 2021). Lovelock dan Wirtz menjelaskan bahwa kualitas pelayanan adalah harapan pelanggan agar selalu memenuhi kebutuhannya (Halim et al., 2021).

Indikator Kualitas Pelayanan, menggunakan konsep Servqual dikembangkan oleh Parashuramsan, dimana konsepnya adalah (a) *tangibles*, (b) *reliability*, (c) *responsiveness*, (d) *communication*, (e) *credibility*, (f) *security*, (g) *competence*, (h) *courtesy*, (i) *understanding* (Halim et al., 2021).

Fasilitas

Fasilitas dapat memudahkan konsumen untuk merasa puas merupakan pengertian secara umum. Tjiptono mengatakan fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa dapat diberikan kepada konsumen. Fasilitas tersebut bisa berupa apa saja yang nyaman bagi konsumen. Kottler dalam Sofyan mengatakan fasilitas adalah segala sesuatu yang secara fisik disediakan oleh penjual jasa untuk menunjang kenyamanan konsumen (Adawia et al., 2020).

Menurut Tjiptono (2014) dimensi Fasilitas ada 3 yaitu :

1. Pertimbangan/Perencanaan Spasial
Aspek seperti proporsi, kenyamanan dan lain lain dipertimbangkan, dikombinasikan dan dikembangkan untuk memancing respon intelektual maupun emosional dari pemakai atau orang yang melihatnya.
2. Perencanaan Ruangan

Unsur ini mencakup interior dan arsitektur, seperti penempatan perabot dan perlengkapan dalam ruangan, desain dan aliran sirkulasi dan lain-lain.

3. Perlengkapan dan Perabot

Perlengkapan dan perabot berfungsi sebagai sarana yang memberikan kenyamanan, sebagai pajangan atau sebagai infrastruktur pendukung bagi pengguna jasa.

Kepuasan Pelanggan

Kotler dan Keller mengatakan kepuasan pelanggan adalah ukuran perasaan senang atau kecewa seseorang setelah membandingkan kinerja yang dipikirkan dengan kinerja produk yang diharapkan. Engel dan Miniard mengatakan kepuasan adalah penilaian pasca pengambilan untuk memilih beberapa alternatif guna memenuhi harapan (Indrasari, 2019). Umar mengatakan kepuasan pelanggan adalah tingkat emosi pelanggan setelah mereka menerima dan membandingkan harapan pelanggan, jika puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau layanan, kemungkinan besar akan menjadi pelanggan dalam jangka panjang (Indrasari, 2019). Tjiptono mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan dapat diukur dengan beberapa metode, antara lain (Halim et al., 2021):

1. *Complaints and Suggestions System*
2. Survei Kepuasan Pelanggan
3. Belanja Siluman (*Ghost Shopping*)
4. *Directly Reported Satisfaction*

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian survey menggunakan kuesioner. Objek penelitian ini pelanggan KRL Commuterline Rute Jakarta Kota – Bogor tahun 2022 menggunakan teknik *simple random sampling*. Data dalam penelitian ini merupakan data primer yang dikumpulkan oleh peneliti langsung dari sumber pertama di lokasi penelitian dan data sekunder bersumber dari Badan Pusat Statistika dan PT Kereta Commuter Indonesia.

Dalam memperoleh data primer peneliti menggunakan kuesioner kepada 100 responden dengan skala pengukuran yaitu skala likert. Metode analisis data kuantitatif dilakukan dengan cara statistik. Statistik didefinisikan sebagai teknik-teknik pengolahan data kuantitatif atau data yang berupa angka menggunakan *software SPSS for windows* versi 26.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian yang telah dilakukan didapat Responden yang terlibat pada penelitian ini adalah pria dan wanita yang menggunakan moda transportasi KRL commuter line rute Jakarta Kota-Bogor, rentang usia antara 17-26 dan 27-36 tahun dengan jenis-jenis pekerjaan yaitu pelajar atau mahasiswa sebesar 18%, wirausaha sebesar 8%, tidak bekerja sebesar 8% dan yang terbanyak pegawai negeri atau swasta sebesar 66%. Kuesioner disebarkan kepada 100 responden, Hasil analisis kuesioner didapat pada variabel Kualitas Pelayanan (X1) 18 butir pernyataan memperoleh hasil penafsiran skala interval sebesar 4,44 yang artinya termasuk dalam kriteria penilaian sangat baik. Variabel Fasilitas (X2) 11 butir pernyataan memperoleh hasil penafsiran skala interval sebesar 4,29. Dan Variabel Kepuasan Pelanggan (Y) memperoleh hasil penafsiran skala interval sebesar 4,11 yang artinya termasuk dalam kriteria penilaian sangat baik. Hasil uji Validitas $t_{hitung} > t_{tabel}$ dinyatakan valid dan hasil uji reliabilitas nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,6$ dinyatakan reliabel.

Analisis Korelasi

Table 1. Hasil Uji Analisis Korelasi

		Correlations		
		Kualitas pelayanan (X1)	Fasilitas (X2)	kepuasan pelanggan (Y)
Kualitas pelayanan (X1)	Pearson Correlation	1	,769**	,750**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,000
	N	100	100	100
Fasilitas (X2)	Pearson Correlation	,769**	1	,765**
	Sig. (2-tailed)	0,000		0,000
	N	100	100	100
kepuasan pelanggan (Y)	Pearson Correlation	,750**	,765**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	
	N	100	100	100

**** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).**

Sumber: Output SPSS V.26 (Data diolah)

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh hasil tanggapan responden terkait hubungan antar variabel adalah sebagai berikut:

- 1) Hubungan antara Kualitas pelayanan (X1) terhadap Fasilitas (X2)
 Hubungan tersebut memiliki nilai r sebesar 0,769 yang berarti menunjukkan bahwa tingkat keeratan hubungan antar kedua variabel tersebut tergolong sangat kuat.
- 2) Hubungan antara Kualitas pelayanan (X1) terhadap Kepuasan pelanggan (Y)
 Hubungan tersebut memiliki nilai r sebesar 0,750 yang berarti menunjukkan bahwa tingkat keeratan hubungan antar kedua variabel tersebut tergolong sangat kuat.
- 3) Hubungan antara Fasilitas (X2) terhadap Kepuasan pelanggan (Y)
 Hubungan tersebut memiliki nilai r sebesar 0,765 yang berarti menunjukkan bahwa tingkat keeratan hubungan antar kedua variabel tersebut tergolong sangat kuat.

Table 2. Hasil Uji Regresi Linier Berganda dan Uji T

		Coefficients^a				
Model				t	Sig.	
		Standardized Coefficients				
		Beta				
1	(Constant)	-	3,691	-0,718	0,474	
		2,650				
	Kualitas Pelayanan	0,297	0,071	0,395	4,191	0,000
	Fasilitas	0,509	0,104	0,462	4,904	0,000

Sumber: Output SPSS V.26 (Data diolah)

Regresi Linier Berganda

1. Nilai koefisien regresi pada variabel kualitas pelayanan sebesar 0,279 dan bernilai positif, yang artinya setiap peningkatan nilai kualitas pelayanan 1 maka akan naik kepuasan pelanggan sebesar 0.279 dengan catatan variabel lain dianggap tetap.
2. Nilai koefisien regresi pada variabel fasilitas sebesar 0.509 dan bernilai positif. yang artinya setiap peningkatan nilai fasilitas 1 maka akan naik kepuasan pelanggan sebesar 0.509 dengan catatan variabel lain dianggap tetap.

Uji T

Berdasarkan tabel 2 diatas dapat disimpulkan hasil uji T sebagai berikut:

1. Regresi variabel kualitas pelayanan memiliki nilai t hitung 4,191 > t tabel 1,98472 dan nilai Sig. 0,000 < 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa H01 ditolak dan Ha1 diterima yang artinya variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan.
2. Regresi variabel fasilitas memiliki nilai t hitung 4,904 > t tabel 1,98472 dan nilai Sig. 0,000 < 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa H02 ditolak dan Ha2 diterima yang artinya variabel fasilitas berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan.

Uji F

Table 3 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3670,004	2	1835,002	89,711	,000 ^b
	Residual	1984,106	97	20,455		
	Total	5654,110	99			
a. Dependent Variabel: Kepuasan Pelanggan						
b. Predictors: (Constant), Fasilitas, Kualitas Pelayanan						
Sumber: Output SPSS V.26 (Data diolah)						

Berdasarkan hasil uji f pada tabel diatas diperoleh nilai f hitung 89,711 > 3,03 dengan probabilitas 0,000 < 0,05, maka Ha diterima. Artinya kualitas pelayanan (X1) dan fasilitas (X2) ada pengaruh signifikan secara bersamaan terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Koefisien Determinasi (R²)

Table 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi X1

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,750 ^a	0,562	0,558	5,027
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan				
Sumber: Output SPSS V.26 (Data diolah)				

Berdasarkan tabel 4, Kualitas pelayanan (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) memiliki pengaruh secara parsial sebesar 56,2%, sedangkan sisanya sebesar 43,8% dipengaruhi oleh faktor lain.

Table 5. Hasil Uji Koefisien Determinasi X2

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,765^a	0,586	0,581	4,890

a. Predictors: (Constant), Fasilitas

Sumber: Output SPSS V.26 (Data diolah)

Berdasarkan tabel 5, fasilitas (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) memiliki pengaruh secara parsial sebesar 58,6%, sedangkan sisanya sebesar 41,4% dipengaruhi oleh faktor lain.

Table 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi X1 dan X2

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,806^a	0,649	0,642	4,523

a. Predictors: (Constant), Fasilitas, Kualitas Pelayanan

Sumber: Output SPSS V.26 (Data diolah)

Berdasarkan tabel 6, bahwa kualitas pelayanan (X1) dan fasilitas (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) memiliki pengaruh secara parsial sebesar 64,9%, sedangkan sisanya sebesar 35,1% dipengaruhi oleh faktor lain.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil uji analisis statistik pada penelitian pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan KRL commuter line rute Jakarta Kota -Bogor, dapat disimpulkan yaitu diantaranya, terdapat pengaruh yang positif dan signifikan atas variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 56,2%, sedangkan sisanya sebesar 43,8% dipengaruhi oleh faktor lain diluar dari penelitian ini. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan atas variabel fasilitas terhadap kepuasan pelanggan sebesar 58,6%, sedangkan sisanya sebesar 41,4% dipengaruhi oleh faktor lain diluar dari penelitian ini. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan atas variabel kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan sebesar 64,9%, sedangkan sisanya sebesar 35,1% dipengaruhi oleh faktor lain diluar dari penelitian ini.

Serta saran yang dapat digunakan untuk pertimbangan PT Kereta Commuter Indonesia meningkatkan kualitas pelayanan dan fasilitas yang akan diberikan kepada konsumen yaitu, Sebaiknya Petugas PT KCI menempatkan form keluhan pelanggan pada tempat yang lebih terjangkau pandangan seperti pada tiap rangkaian KRL dan memperbanyak form keluhan agar pelanggan dapat menyalurkan keluhannya. Kemudian Sebaiknya PT KCI menggunakan fasilitas *forced cooling and ventilation* atau sistem pergantian udara dari dalam keluar setiap 15 menit sekali untuk menjaga kondisi sirkulasi udara. Dan Sebaiknya dilakukan dengan mengerjakan seorang profesional sebagai *ghost shopping* yang ditujukan sebagai motivasi untuk para

karyawan agar memberikan pelayanan terbaik sehingga terpacu untuk selalu memberikan pelayanan terbaik dan memenuhi standar perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

Adawia, P. R., Azizah, A., Endriastuty, Y., & Sugandhi, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Kereta Api Commuter Line (Studi Kasus Commuter Line Arah Cikarang Ke Jakarta Kota). *Sebatik*, 24(1), 87–95. <https://doi.org/10.46984/sebatik.v24i1.869>

Antara. (2022). *In Picture: Jumlah Penumpang KRL 2021 Menurun*. <https://republika.co.id/berita/r54zh6283/jumlah-Penumpang-Krl-2021-Menurun>. <https://republika.co.id/berita/r54zh6283/jumlah-penumpang-krl-2021-menurun>

Halim, F., Kurniullah, A. Z., Efendi, M. B., Sudars, A., Purba, B., Sisca, D. L., Mangiring, H., Permadi, A., & Novela, V. (2021). Manajemen Pemasaran Jasa. In *kitamenulis.id*. Yayasan Kita Menulis. <https://id1lib.org/book/17583536/243456>

Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan* (p. 114). Unitommo Press.

PT.KCI. (2020). *Laporan Tahunan 2020 (Annual Report)*. <https://www.krl.co.id/wp-content/uploads/2016/06/Annual-Report-2020-1.pdf>

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Andi Offset.