

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Tinjauan Pustaka dan Penelitian Terdahulu

2.1.1. PT. Kereta Api Indonesia (KAI)

Kereta Api adalah salah satu sarana transportasi yang memiliki karakteristik dan keunggulan khusus terutama dalam kemampuannya untuk mengangkut penumpang secara massal, hemat energi, hemat dalam Penggunaan ruang dan tingkat pencemaran yang rendah dibanding dengan sarana transportasi yang lain seperti pesawat terbang, kapal laut, dan lain - lain . Perkeretaapian diselenggarakan dengan tujuan untuk memperlancar perpindahan orang dan/atau barang secara massal dengan selamat, aman, nyaman, cepat dan lancar, tepat, tertib dan teratur, efisien serta menunjang pemerataan, pertumbuhan, stabilitas, pendorong dan penggerak pembangunan nasional. Keunggulan dan karakteristik Kereta Api tersebut dapat dimanfaatkan dalam upaya pengembangan sistem transportasi secara terpadu dimana penyelenggaraannya mulai dari perencanaan dan pembangunan, perusahaan, pemeliharaan dan pengoperasiannya dapat diatur dengan sebaik-baiknya sehingga terdapat keterpaduan dan keserasian serta keseimbangan beban antar sarana transportasi yang mampu meningkatkan penyediaan jasa angkutan bagi mobilitas orang secara aman, nyaman, cepat, tepat dan teratur dengan biaya yang terjangkau oleh daya beli masyarakat. Kereta Api juga menjadi solusi beberapa permasalahan transportasi nasional seperti :

1. Kondisi jalan raya yang mengalami banyak kerusakan.
2. Kemacetan di jalan raya akibat lalu lintas yang semakin padat.
3. Kenaikan harga BBM yang menyebabkan biaya transportasi terus meningkat.

Kereta Api merupakan alat transportasi murah yang berada di negeri ini, selain termurah Kereta Api di anggap sebagai sarana transportasi cepat dan transportasi paling aman. Transportasi atau pengangkutan merupakan bidang kegiatan yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat Indonesia. Pentingnya transportasi bagi masyarakat Indonesia di sebabkan oleh beberapa faktor antara

lain, keadaan geografis Indonesia yang terdiri dari ribuan pulau kecil dan besar, perairan yang terdiri dari sebagian besar laut, sungai dan danau yang memungkinkan pengangkutan dilakukan melalui darat, perairan, dan udara guna menjangkau seluruh wilayah Indonesia. Demi mencapai loyalitas Pengguna jasa yang maksimum, maka perusahaan harus memperhatikan produk dan jasa yang dihasilkan, serta menyadari pentingnya kualitas layanan kepada Pengguna jasa meskipun hal ini tidak mudah di implementasikan oleh perusahaan (Prasetyo, 2015). Berikut tujuan pustaka dan penelitian terdahulu loyalitas Pengguna jasa Kereta Api Probowangi.

2.1.2. Loyalitas Pengguna Jasa Kereta Api

Loyalitas merupakan istilah yang telah digunakan untuk melukiskan kesetiaan dan pengabdian kepada sesuatu. Dalam konteks bisnis belakangan ini, istilah loyalitas telah digunakan untuk melukiskan kesediaan pelanggan untuk terus berlangganan pada sebuah perusahaan dalam jangka panjang, dengan membeli dan menggunakan barang serta jasanya secara berulang-ulang dan lebih baik lagi secara eksklusif, dan dengan sukarela merekomendasikan produk perusahaan tersebut kepada teman-teman dan rekan-rekannya. Loyalitas yang dimiliki pelanggan merupakan sebuah komitmen dari pelanggan terhadap suatu merek atau perusahaan yang tercermin dari pembelian yang berulang dan konsisten. Loyalitas atau kesetiaan pelanggan tidak terbentuk dalam waktu singkat, tetapi melalui proses dan pengalaman pembelian jasa secara konsisten dalam waktu yang lama. Tantangan besar bagi pemasar jasa tidak hanya terletak dalam memberikan alasan yang tepat kepada calon pelanggan untuk berbisnis dengan mereka, tetapi juga membuat pelanggan yang ada tetap loyal dan bahkan menambah Penggunaan jasanya (Setianingrum, 2018).

Menurut Akbar dalam Parves. (2009) dan Setianingrum (2018). Mendefinisikan pelanggan loyal sebagai himpunan pelanggan yang memiliki sikap mendukung terhadap perusahaan, berkomitmen untuk membeli kembali produk atau jasa perusahaan, dan merekomendasikan produk atau jasa perusahaan kepada orang lain. Terdapat enam prinsip loyalitas Pelanggan, antara lain:

1. Loyalitas itu menyangkut masalah Pelanggan yang berusaha untuk setia atau terbatas oleh faktor-faktor seperti harga atau regulasi sehingga ia tidak akan mengekspresikan kesetiaannya itu. Pelanggan mungkin akan setia pada perusahaan untuk satu jenis produk atau satu merek tertentu tidak pada produk lainnya.
2. Loyalitas tidak dapat disebut sebagai akibat dan rendahnya harga dimana akan menyebabkan Pelanggan berpindah ke merek yang lain yang lebih murah. Harga yang istimewa bagi Pelanggan dapat menjadi hal penting untuk membangun hubungan dengan kesetiaan Pelanggan.
3. Loyalitas memerlukan keterlibatan positif dan Pelanggan bukan pembelian rutin yang sederhana. Kesetiaan Pelanggan lebih dan sekedar kepuasan Pelanggan sekalipun kepuasan merupakan hal yang penting bagi kesetiaan di masa mendatang.
4. Loyalitas dibangun melalui dua arah: perusahaan ke Pelanggan dan Pelanggan ke perusahaan, sebelum Pelanggan loyal ke perusahaan maka seharusnya perusahaanlah yang terlebih dahulu loyal kepada Pelanggan.
5. Loyalitas adalah pengalaman keseluruhan dan sebuah merek bukan hanya sebuah dampak dan iklan atau kegiatan komunikasi kepada konsumen.
6. Loyalitas merupakan hasil kegiatan hubungan antara perusahaan dengan Pelanggan dan kesetiaan staf perusahaan merupakan faktor penting untuk membangun loyalitas Pelanggan.

Menurut Griffin dalam Hurriyati. (2008) dan Setianingrum (2018). pelanggan yang loyal adalah mereka yang sangat puas dengan produk atau jasa tertentu sehingga mempunyai antusiasme untuk memperkenalkannya kepada siapapun yang mereka kenal. Griffin mengemukakan bahwa semakin lama loyalitas seorang pelanggan, semakin besar laba yang dapat diperoleh perusahaan dari satu pelanggan ini.

Kemudian menurut Griffin dalam Hurriyati. (2008) dan Setiningrum, (2018). membagi tahapan loyalitas pelanggan sebagai berikut:

- 1) *Suspect*, yaitu orang yang mungkin membeli produk tetapi belum memiliki informasi mengenai produk perusahaan.

- 2) *Prospect*, yaitu semua orang yang memiliki kebutuhan akan produk dan mempunyai kemampuan untuk membelinya. Pada tahap ini mereka telah memiliki informasi tentang produk melalui rekomendasi pihak lain.
- 3) *Disqualified prospects*, yaitu *prospect* yang telah mengetahui keberadaan produk, tetapi tidak memiliki kebutuhan akan produk tersebut atau tidak mempunyai kemampuan untuk membeli produk tersebut.
- 4) *First time customer*, yaitu pelanggan yang membeli untuk pertama kalinya. Mereka masih menjadi pelanggan baru.
- 5) *Repeat customer*, yaitu pelanggan yang telah melakukan pembelian suatu produk sebanyak dua kali atau lebih.
- 6) *Clients*, yaitu semua pelanggan yang membeli produk perusahaan secara teratur, dan hubungan ini berlangsung lama

Selain itu, menurut Griffin dalam Setianingrum, (2018). loyalitas pelanggan terbagi atas empat jenis, antara lain:

1. Tanpa Loyalitas Keterikatan dengan suatu layanan dikombinasikan dengan tingkat pembelian yang berulang yang rendah menunjukkan tidak adanya loyalitas. Misalnya seseorang yang pergi kemana saja untuk memotong rambutnya, asalkan ia hanya perlu membayar murah dan tidak perlu mengantri dan ia jarang pergi ketempat yang sama dua kali berturut-turut, baginya memotong rambut tidak ada bedanya tak peduli dimana.
2. Loyalitas yang Lemah Keterikatan yang rendah digabung dengan pembelian yang berulang yang tinggi menghasilkan loyalitas yang lemah. Pelanggan ini membeli karena terbiasa. Dengan kata lain, faktor nonsikap dan faktor situasi merupakan alasan utama membeli.
3. Loyalitas Tersembunyi Tingkat preferensi yang relatif tinggi digabung dengan tingkat pembelian berulang yang rendah menunjukkan loyalitas tersembunyi. Bila pelanggan memiliki loyalitas yang tersembunyi, pengaruh situasi dan bukan pengaruh sikap yang menentukan pembelian berulang.
4. Loyalitas Premium Loyalitas premium terjadi bila ada tingkat keterikatan yang tinggi dan tingkat pembelian berulang yang juga tinggi. Pada tingkat preferensi

paling tinggi tersebut, orang bangga karena menemukan dan menggunakan produk atau jasa tertentu dan senang membagi pengetahuan mereka dengan rekan dan keluarga. Berikut gambaran umum loyalitas Pengguna jasa Kereta Api Probawang.

Tabel 2.1

Jumlah Pengguna Jasa Kereta Api Probawang Di Tahun 2020

Jumlah Penumpang Kereta Api 2020	Wilayah Kereta Api
	Banyuwangi – Surabaya
Januari	2.014
Februari	2.157
Maret	1.876
April	1.586
Mei	0
Juni	16.706
Juli	12.000
Total	36.339

Sumber : SETASIUN KALI SETAIL BANYUWANGI

Dari tabel di atas, dapat di ketahui Kereta Api Probawang dapat menarik perhatian yang tinggi bagi masyarakat di Banyuwangi. Hal ini dapat dilihat pada jumlah penumpang Kereta Api Probawang setelah PSBB akibat pandemi *covid-19* sehingga di berhentikan beroperasi sementara dan kembali beroperasi di bulan Juni yang berjumlah 16.706 penumpang. Melonjaknya masyarakat yang tinggi karena kereta ini memiliki rute berputar ke seluruh kawasan di Banyuwangi sampai Surabaya. Rute yang dilewati antara lain rute relasi Banyuwangi-Jember-Lumajang-Probolinggo-Pasuruan sampai Surabaya. Dengan trayek memutar itu, penumpang jadi cukup sering naik-turun di setiap stasiun. Demi mencapai loyalitas Pengguna jasa yang maksimum, maka perusahaan harus memperhatikan pentingnya kualitas layanan kepada Pengguna jasa Kereta Api Probawang. Berikut tujuan Pustaka dan penelitian terdahulu kualitas pelayanan Pengguna jasa Kereta Api Probawang.

2.1.3. Kualitas Pelayanan (*Service Quality*)

Menurut Susanto dalam Mulatsih, (2016). dimensi penentu kualitas jasa pelayanan terdiri dari lima dimensi yaitu :

- a) kehandalan (*reliability*), kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa-jasa yang dijanjikan dengan terpercaya dan akurat.
- b) tanggapan (*responsiveness*) kemampuan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa yang cepat.
- c) empati (*emphaty*), kepedulian dan perhatian perusahaan terhadap pelanggan.
- d) kepastian (*assurance*), pengetahuan dan keramah tamahan karyawan dan kemampuan karyawan untuk menciptakan opini yang dapat dipercaya pelanggan.
- e) penampilan fisik (*tangible*), meliputi penampilan fisik, peralatan, penampilan personel dan materi komunikasi.

Menurut Zulfahmi dkk, (2015). Pelayanan adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan suatu fisik, berbeda dengan produk barang yang langsung bisa dilihat dan disentuh. Definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak terwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Contoh memberikan pelayanan sesuai dengan yang ditawarkan oleh PT. KAI. Terdapat dimensi kualitas pelayanan (*Service Quality*) yang mempengaruhi loyalitas terhadap Pengguna jasa Kereta Api Probawangi sebagai berikut :

1. Kehandalan Pelayanan (*Reliability*)

Kemampuan menyelenggarakan jasa yang akan diandalkan, akurat dan konsisten, dengan kata lain kemampuan suatu perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya, kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama, untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi (Susanto, 2018). Menurut Prasetyo, (2015). Aspek *Reliability* (kehandalan) sebagai berikut :

a. Pelayanan petugas

Kepuasan pelanggan terhadap pelayanan perusahaan juga ditentukan oleh dimensi *reliability*, yaitu dimensi yang mengukur keandalan dari perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggannya. Dimensi ini sangat penting bagi pelanggan dari berbagai industri jasa. Ada 2 aspek dari dimensi ini. Pertama adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan seperti yang dijanjikan. Kedua adalah seberapa jauh suatu perusahaan mampu memberikan pelayanan yang akurat atau tidak ada.

Menurut Prasetyo, (2015). Keandalan para petugas dalam memberi pelayanan diatas kereta kepada penumpang mereka harus bekerja sesuai dengan standart pelayanan Kereta Api yang sudah diatur. Para petugas bekerja sesuai dengan tugasnya, disiplin, tanggung jawab, ramah kepada seluruh penumpang sehingga para penumpang dapat melihat keandalan mereka dalam memberi pelayanan sehingga penumpang dapat merasa puas atas layanan yang telah mereka beli. Hal-hal yang dapat mendukung sehingga pelayanan petugas dapat memberikan yang terbaik adalah setiap petugas sudah dapat memberikan pelayanan terbaik kepada para penumpang sesuai dengan standart operasional pelayanan yang telah ditetapkan. Faktor yang menghambat pelayanan petugas belum terlihat karena petugas sudah melaksanakan tugas dan tanggung jawab dengan baik. Contoh mengarahkan penumpang ke tempat duduk masing - masing.

b. Kesiapan petugas

Selain itu, kesiapan para petugas pemberi layanan kepada penumpang mereka harus sudah siap di stasiun pemberangkatan 60 menit sebelum kereta berangkat dan 15 menit sebelum jadwal pemberangkatan kereta mereka melakukan apel supaya mereka benar benar siap melayani para penumpang dan dapat menciptakan koordinasi yang baik antar petugas diatas kereta. Para petugas diatas kereta selalu siap dan bekerja sesuai dengan tugas dan tanggung jawabnya dari pemberangkatan awal kereta hingga stasiun akhir tujuan kereta serta selalu siap dalam memberikan layanan terbaik kepada para penumpang selama perjalanan didalam kereta.

Melihat dari kehandalan para petugas dalam melaksanakan tugas serta kesiapan petugas memberikan pelayanan terbaik kepada para penumpang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang dilihat dari aspek *reliability* (kehandalan) sudah cukup baik terbukti dari data yang diperoleh dari para narasumber yang menyampaikan bahwa pelayanan yang diberikan petugas diatas kereta sudah baik (Prasetyo, 2015). Contoh kehandalan petugas adalah para petugas sudah bersiap di stasiun keberangkatan awal sebelum kereta di berangkatkan dan selalu dilakukannya apel sebelum perjalanan supaya dapat melayani penumpang dengan baik.

2. Daya Tanggap Pelayanan (*responsiveness*)

Daya tanggap petugas yaitu Berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat dan tanggap (Sugianto, 2018). Menurut Prasetyo, (2015). Aspek Daya Tanggap Petugas (*responsiveness*) dimensi kualitas pelayanan yang paling dinamis. Harapan pelanggan terhadap kecepatan pelayanan hampir dapat dipastikan akan berubah yang kecenderungannya naik dari waktu ke waktu. Dalam bahasa ekonomi, waktu adalah scare resources. Karena itu, waktu sama dengan uang yang harus digunakan secara bijak. Oleh sebab itu, pelanggan tidak puas jika harus menunggu lama karena akan membuang uang. Pelanggan akan bersedia untuk mengobarkan atau membayar pelayanan yang lebih mahal untuk setiap waktu yang dapat dihemat. Contoh Menanggapi penumpang jika meminta bantuan.

a. Kesan pemberi layanan

Menurut Prasetyo, (2015) daya tanggap para pemberi layanan dapat dilihat dari kesan tersendiri yang diberikan para petugas diatas kereta oleh para penumpang serta tanggapan para petugas bila terjadi suatu masalah dalam perjalanan kereta. Dari beberapa narasumber, keramahan yang diberikan oleh petugas kepada para penumpang pasti akan memberikan kesan tersendiri kepada penumpang atas layanan yang mereka berikan serta para petugas yang bekerja dengan baik dan penuh tanggung jawab. Interaksi yang baik dengan para

penumpang pasti juga dapat memberikan kesan tersendiri bagi para penumpang yang menerima layanan sehingga dapat membuat penumpang merasa nyaman dalam perjalanan. Tindakan yang dilakukan oleh para petugas yang sangat baik dan ramah kepada para penumpang sehingga dapat terlayani semua dengan baik sehingga mendukung pemberian kesan dalam layanan diatas Kereta Api. Tidak ada faktor penghambat yang mengganggu para petugas dalam memberikan kesan tersendiri kepada para penumpang. Contoh sopan terhadap penumpang.

b. Tanggapan Petugas

Para petugas juga selalu tanggap dengan keluhan yang disampaikan oleh penumpang dan berusaha sebaik mungkin untuk dapat menyelesaikan masalah yang disampaikan oleh penumpang sehingga dapat memberikan rasa nyaman kepada penumpang selama perjalanan kereta. Daya tanggap para petugas pemberi layanan diatas Kereta Apisudah cukup baik dan dapat membantu para penumpang supaya mereka dapat merasakan pelayanan yang terbaik. Kualitas pelayanan yang dilihat dari aspek daya tanggap sudah baik karena para petugas sudah tanggap dengan situasi dan keadaan yang terjadi di atas kereta. Hal yang mendukung dari tanggapan petugas pemberi layanan adalah para petugas selalu tanggap dan sigap bila terjadi suatu masalah dalam perjalanan sehingga semua dapat berjalan dengan baik dan sesuai koordinasi. Faktor yang menghambat adalah sering kali banyaknya keluhan yang disampaikan oleh para penumpang sehingga kerap kali semua keluhan tidak dapat tertangani dengan baik. Contoh daya tanggap petugas terhadap penumpang ketika akan masuk ke gerbong Kereta Apipetugas dengan tanggapnya mengarahkan penumpang sampai di dalam kereta.

3. Perhatian Pelayanan (*Empathy*)

Perhatian yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan secara spesifik dari bentuk fisik produk atau jasa sampai pendistribusian yang tepat (Yanto, 2015). Contoh perhatian pelayanan terhadap Pengguna jasa Kereta Api Probowangi seperti memberikan perhatian khusus kepada pelanggan. Menurut Prasetyo, (2015). Aspek *empathy* (perhatian) adalah :

Empathy adalah dimensi kelima dari kualitas pelayanan. Dimensi ini dipersepsikan kurang penting dibanding dimensi lain. Akan tetapi, untuk kelompok pelanggan kelas menengah keatas dimensi ini bisa menjadi dimensi yang paling penting. Pelanggan menengah keatas mempunyai harapan yang tinggi agar perusahaan mengenal mereka secara pribadi. Perusahaan harus mengetahui secara spesifik identitas pelanggan . Apabila tidak, maka perusahaan akan kehilangan kesempatan untuk dapat memuaskan mereka dari aspek *empathy*.

a. Perhatian Petugas

Menurut (Prasetyo, 2015). Petugas wajib memberikan perhatian kepada penumpang, seperti mengingatkan dan memberi informasi kepada penumpang yang akan turun di stasiun tertentu sehingga para penumpang dapat mengetahui keberadaan perjalanan kereta serta penumpang tidak salah turun pada stasiun yang dituju. Interaksi dan candaan yang dilakukan petugas kepada para penumpang dapat menjadi suatu bentuk perhatian petugas kepada para penumpang supaya membuat penumpang tidak merasa jenuh dalam perjalanan kereta. Keramahan para petugas kepada semua penumpang sehingga penumpang merasa diperhatikan selama perjalanan menjadi hal yang mendukung dalam memberikan pelayanan di atas Kereta Api sehingga tidak ada faktor yang menghambat para petugas dalam memberikan perhatian kepada para penumpang. Contoh memberikan sapaan kepada penumpang (Prasetyo, 2015).

b. Keadilan Petugas

Semua penumpang diperhatikan secara sama dan adil karena semua penumpang berhak atas pelayanan yang sama. Setiap petugas yang melayani di atas kereta harus dapat memberi perhatian dan harus ramah dan tersenyum. Walaupun menurut narasumber, pernah ada petugas yang berlaku tidak adil kepada penumpang, namun seiring berjalan waktu dengan adanya peraturan dan tindakan tegas dari para petugas sehingga hal tersebut dapat tidak terjadi kembali. contoh adalah para petugas bekerja sesuai dengan standart operasional pelayanan sehingga harus melakukan keadilan bagi seluruh penumpang. Faktor penghambatnya adalah kadang kala terdapat petugas yang kurang peduli kepada

aturan dengan menaikkan kerabatnya pada gerbong restorasi padahal tindakan tersebut sedikit mengganggu para penumpang yang mengunjungi restorasi. Contoh mengingatkan penumpang jika menyalahi aturan Kereta Api (Prasetyo, 2015).

4. Jaminan Pelayanan (*Assurance*)

Jaminan adalah dimensi kualitas pelayanan yang berhubungan dengan kemampuan perusahaan dan pelaku staf terpercaya dalam menanamkan rasa percaya dan keyakinan kepada para pelanggannya dan Perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya (Wildani, 2016). Contoh jaminan pelayanan terhadap Pengguna jasa Kereta Api Probowangi seperti memberikan keamanan dan kenyamanan kepada pelanggan. Menurut (Prasetyo, 2015) aspek *Assurance* (jaminan).

Assurance adalah dimensi kualitas pelayanan yang berhubungan dengan kemampuan perusahaan dan pelaku staf terpercaya dalam menanamkan rasa percaya dan keyakinan kepada para pelanggannya. Ada 4 aspek dari dimensi ini, yaitu keramahan, kompetensi, kredibilitas, dan keamanan. Keramahan adalah salah satu aspek kualitas pelayanan yang paling mudah diukur, salah satu bentuk konkretnya adalah senyum. Aspek kompetensi maksudnya adalah setiap karyawan perusahaan terutama yang berhubungan langsung dengan pelanggan harus memiliki pengetahuan yang baik terhadap suatu produk. Kredibilitas adalah sejauh mana perusahaan memiliki reputasi yang baik sehingga pelanggan mempunyai keyakinan untuk menggunakan produk perusahaan. Aspek keamanan adalah pelanggan harus mempunyai rasa aman dalam melakukan transaksi.

a. Kepercayaan dalam Perjalanan

Aspek jaminan yang diberikan oleh para petugas pemberi layanan di atas kereta dilihat dari hal-hal yang dilakukan oleh para petugas sehingga para penumpang dapat percaya dalam suatu perjalanan kereta serta pelayanan yang diberikan oleh petugas agar para penumpang dapat merasa aman dalam perjalanan. Para petugas memberikan pelayanan sesuai dengan SOP yang ada dan memberikan pelayanan sebaikbaiknya kepada penumpang. Bila terjadi kendala dalam perjalanan, petugas harus bisa tetap tenang dan tidak panik serta dapat

memberikan solusi yang terbaik atas kendala yang sedang terjadi. Hal tersebut yang dilakukan oleh petugas di atas kereta supaya dapat memberikan rasa percaya kepada para penumpang atas perjalanan yang mereka lakukan.

Faktor yang mendukung dalam hal ini adalah setiap petugas memberikan jaminan kelancaran dalam perjalanan dengan cara bertugas sesuai standart operasional pelayanan yang telah dibuat dan tidak ada hambatan yang dialami dalam pemberian kepercayaan penumpang kepada para petugas Contoh memberikan himbauwan kepada penumpang agar tidak melanggar aturan Kereta Api(Prasetyo, 2015).

b. Keamanan dan Kenyamanan Perjalanan

Mengenai hal rasa aman dalam perjalanan, para petugas yang bekerja di atas kereta selalu mobile atau berkeliling ke setiap gerbong untuk mengecek keamanan dan memastikan bahwa pintu kearah luar kereta benarbenar tertutup untuk menjaga keamana di dalam perjalanan. Dengan demikian, para penumpang dapat merasa aman dalam setiap perjalanan karena petugas selalu siap dan selalu melakukan kontrol ke setiap gerbong untuk menjamin keamanan dalam perjalanan. Adanya kerjasama yang baik dengan pihak kepolisian dan keamanan lainnya sehingga dalam setiap perjalanan kereta dipastikan akan aman dan dikawal oleh para petugas menjadi dukungan kepastian keamanan dalam perjalanan di atas kereta dan selama ini tidak ada hambatan yang berarti dalam keamanan dan kenyamanan penumpang dalam perjalanan karena para petugas bekerja dengan baik dan semestinya Contoh mengatur kursi sesuai dengan pemesanan dan pengawasan terhadap penumpang (Prasetyo, 2015).

5. Bukti langsung Pelayanan

Bukti langsung adalah kemampuan perusahaan dalam menunjuk eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan (Mahardika, 2016). Contoh produk pelayanan terhadap Pengguna jasa Kereta Api Probowangi seperti fasilitas fisik dan prasarana pelayanan. Menurut (Prasetyo, 2015) aspek *Tangible* (berwujud).

a. Fasilitas

Suatu pelayanan tidak bisa dilihat, tidak bisa dicium dan tidak bisa diraba, sehingga aspek tangible menjadi penting sebagai ukuran terhadap pelayanan. Pelanggan akan menggunakan indera penglihatan untuk menilai suatu kualitas pelayanan. Berdasarkan data yang diperoleh dari narasumber mengenai fasilitas yang berada di kereta ekonomi sudah cukup baik, seperti penerangan, pintu, bagasi. Namun, masih ada beberapa fasilitas yang masih perlu diperbaiki seperti kursi yang berjarak masih terlalu sempit, pendingin udara (AC) yang masih sering bocor, toilet yang sudah cukup bersih namun terkadang air masih kurang.

Fasilitas yang dimiliki oleh kereta ekonomi sudah cukup baik seperti penerangan dan bagasi sehingga dapat membuat penumpang merasa nyaman dalam perjalanan. Namun, masih ada beberapa fasilitas yang perlu diperbaiki, seperti jarak kursi yang terlalu sempit, pendingin udara yang sering bocor dan air di toilet yang sering habis. Bila kekurangan yang ada dapat diperbaiki maka akan lebih dapat memberikan pelayanan yang terbaik bagi para penumpang Kereta Api kelas ekonomi ini. Contoh gerbong Kereta Api (Prasetyo, 2015).

b. Penampilan Petugas

Selain mengenai fasilitas yang terdapat dalam kereta ekonomi, dalam aspek ini juga membahas mengenai penampilan para petugas pemberi layanan di atas kereta, seperti kondektur, petugas keamanan, petugas kebersihan, dan restorasi. Menurut para narasumber dan observasi di lapangan, penampilan para petugas sudah rapi dan sesuai dengan pekerjaannya serta para petugas ramah dan baik dalam menyambut dan memberi pelayanan kepada penumpang di atas kereta. Dengan melihat fasilitas yang terdapat di atas kereta ekonomi serta penampilan para petugas pemberi layanan dapat menilai kualitas pelayanan dari aspek tangible/berwujud sehingga dapat mengetahui ukuran pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa layanan kepada para penumpang Kereta Api. Adanya keseragaman bagi seluruh pemberi layanan di atas kereta sesuai dengan tugasnya sehingga terlihat rapi dan tertata dengan baik. Contoh bukti langsung pelayanan penampilan para petugas sehingga para penumpang dapat percaya bahwa mereka akan memberikan pelayanan yang terbaik dan dapat bekerja sesuai dengan

tanggung jawabnya. Contoh penampilan petugas berseragam PT. KAI. (Prasetyo, 2015).

2.1. Penelitian Terdahulu

Penelitian dahulu digunakan sebagai pedoman dasar pertimbangan maupun perbandingan bagi peneliti dalam upaya memperoleh arah dan kerangka berfikir. Berikut adalah penelitian terdahulu yang dapat dijadikan bahan acuan bagi penelitian ini.

2.1.1. Rujukan Penelitian Dari Andrew Santoso, dkk. (2015)

Pada tabel 2.2 dijelaskan secara ringkas jurnal penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan. Penelitian ini berfokus pada variabel kehandalan.

Tabel 2.2
Rujukan Penelitian Untuk Variabel Kehandalan

Judul Penelitian	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survei Pada Penumpang Kereta Api Argo Bromo Anggrek Jurusan Surabaya-Jakarta)
Penulis	Andrew Santoso, Achmad Fauzi, Sunarti, (2015). Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 21 No. 1
Variabel Yang Diteliti	<p>Variabel Independen :</p> <p>X.1. Kehandalan : memberikan layanan dengan baik, akurat, ketepatan waktu.</p> <p>X.2. Daya Tanggap : keinginan untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan dengan cepat.</p> <p>X.3. Perhatian : perhatian khusus yang diberikan kepada pelanggan.</p> <p>X.4 Jaminan : pengetahuan dan keramahan pegawai untuk menumbuhkan rasa percaya kepada pelanggan..</p> <p>X.5 Bukti Langsung : penampilan dari fasilitas fisik, peralatan dan pegawai.</p> <p>Variabel Dependen :</p>

	Y. Kepuasan Pelanggan : Ketepatan waktu Kereta Api
Alat	Analisis Regresi Linier Berganda
Hasil Penelitian	Menurut hasil penelitian dapat diketahui rata-rata jawaban responden pada variabel Keandalan sebesar 3,82, variabel Daya Tanggap sebesar 4,15, variabel Jaminan sebesar 3,97, variabel Empati sebesar 4,09 dan variabel Bukti Fisik sebesar 4,07. Sehingga dapat diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan yang paling baik adalah pada variabel Empati. Untuk nilai rata-rata variabel yang paling rendah adalah variabel Keandalan dan nilai indikator terendah pada indikator Kereta Api tiba di tempat tujuan secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat, kriteria untuk mengetahui apakah pengaruh variabel secara parsial signifikan atau tidak adalah dengan melihat nilai Sig. t. Jika nilai Sig. t < α (0,05), maka terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel X terhadap variabel Y secara parsial. Dari hasil keseluruhan dapat disimpulkan bahwa variabel Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati dan Bukti Fisik mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Tingkat Kepuasan
	Pelanggan secara bersama-sama dan parsial, dan dari sini dapat diketahui bahwa kelima variabel bebas tersebut yang dominan pengaruhnya terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan adalah Bukti Fisik karena memiliki nilai t hitung paling besar.
Perbedaan penelitian	Pada penelitian terdahulu meneliti tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan (survei pada penumpang Kereta Api argo bromo anggrek jurusan Surabaya-jakarta) dan pada penelitian saat ini meneliti tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap Pengguna jasa Kereta Api Probawangi jurusan Banyuwangi-Surabaya.

2.1.2. Rujukan Penelitian Dari Mohamad Sugianto. (2016)

Pada tabel 2.2 dijelaskan secara ringkas jurnal penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan. Penelitian ini berfokus pada variabel daya tanggap (*responsiv*).

Tabel 2.2

Rujukan Penelitian Untuk Variabel Daya Tanggap

Judul Penelitian	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Kereta Api Indonesia Persero DAOP 8 Surabaya
Penulis	Muhammad Sugianto
Variabel Yang Diteliti	<p>Variabel Independen :</p> <p>X.1. Bukti Fisik : Meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.</p> <p>X.2. Keandalan : Kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.</p> <p>X.3. Daya Tanggap : Para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap..</p> <p>X.4 Jaminan : Keamanan, kenyamanan, kesopanan karyawan memberikan pelayanan.</p> <p>X.5 Perhatian : Fasilitas fisik, perlengkapan, penampilan pegawai.</p> <p>Variabel Dependen :</p> <p>Y. Kepuasan Pelanggan : ketepatan waktu.</p>
Alat	Analisis Regresi Linier Berganda.

<p>Hasil Penelitian</p>	<p>Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, sebagai berikut : 1) Variabel Bukti Fisik (BF) berpengaruh tidak signifikan dengan arah positif terhadap kepuasan pelanggan, jadi peningkatan bukti fisik dari perusahaan memiliki pengaruh yang tidak berarti terhadap kepuasan pelanggan pada PT Kereta ApiIndonesia Persero Daop 8 Surabaya. 2) Variabel Keandalan (KH) berpengaruh signifikan dengan arah positif terhadap kepuasan pelanggan, jadi peningkatan keandalan dari perusahaan memiliki pengaruh yang berarti terhadap kepuasan pelanggan pada PT Kereta ApiIndonesia Persero Daop 8 Surabaya. 3) Variabel Data Tanggap (DT) berpengaruh tidak signifikan dengan arah negatif terhadap kepuasan pelanggan, jadi peningkatan daya tanggap dari perusahaan tidak memiliki pengaruh yang berarti terhadap kepuasan pelanggan pada PT Kereta ApiIndonesia Persero Daop 8 Surabaya. 4) Variabel Jaminan (JM) berpengaruh tidak signifikan dengan arah positif terhadap kepuasan pelanggan, jadi peningkatan jaminan dari perusahaan memiliki pengaruh yang tidak berarti terhadap kepuasan pelanggan pada PT Kereta ApiIndonesia Persero Daop 8 Surabaya. 5) Variabel Empati (EM) berpengaruh signifikan dengan arah positif terhadap kepuasan pelanggan, jadi peningkatan empati dari perusahaan memiliki pengaruh yang berarti terhadap kepuasan pelanggan pada PT Kereta ApiIndonesia Persero Daop 8 Surabaya.</p>
<p>Perbedaan penelitian</p>	<p>Pada penelitian terdahulu meneliti tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Kereta ApiIndonesia Persero DAOP 8 Surabaya dan pada penelitian saat ini meneliti tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap Pengguna jasa Kereta ApiProbawangi jurusan Banyuwangi-Surabaya</p>

2.1.3. Rujukan Penelitian Dari Agus Fitri Yanto (2018)

Pada tabel 2.3 dijelaskan secara ringkas jurnal penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan. Penelitian ini berfokus pada variabel Perhatian (*Emphaty*).

Tabel 2.3

Rujukan Penelitian Untuk Variabel Perhatian (*Emphaty*)

Judul Penelitian	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Jasa Kereta Api Di Kabupaten Purworejo.
Penulis	Agus Fitri Yanto (2018). Jurnal ekonomi dan Teknik informatika, Vol.2, No.3
Variabel Yang Diteliti	<p>Variabel Independen :</p> <p>X.1. <i>Reliability</i> : melaksanakan layanan yang dijanjikan, meyakinkan dan akurat, ketepatan waktu.</p> <p>X.2. <i>Responsiveness</i> : kesediaan membantu, membrikan jasa dengan cepat, merespon keinginan pelanggan.</p> <p>X.3. <i>Assurance</i> : mengutamakan pelanggan, kesopanan staff melayani pelanggan, keamanan personal.</p> <p>X4. <i>Emphaty</i> : memberikan perhatian yang mendalam, memahami kebutuhan pelanggan, mengetahui kebutuhan pelanggan.</p> <p>X5. <i>Tanggibles</i> : penampilan fisik, perlengkapan, sarana dan prasarana dan keadaan lingkungan.</p> <p>Variabel Dependen :</p> <p>Y. Loyalitas : komitmen pembelian secara ulang, selalu berlangganan, konsisten membeli produk yang sama.</p>
Alat	Uji Reliabilitas, Uji Validitas, Uji t, Uji F
Hasil Penelitian	1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>emphaty</i> dapat berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap loyalitas Pengguna jasa KA Sawunggalih Kelas Bisnis di Purworejo. Upaya peningkatan <i>emphaty</i> akan berdampak pada peningkatan loyalitas konsumen. Hal ini dapat dilakukan pada kemampuan

dalam memberikan perhatian intensif, waktu yang cukup untuk melayani penumpang, memahami keinginan dan memenuhi kebutuhan penumpang dengan baik Perusahaan dituntut selalu bersedia memberikan perhatian mendalam, kemudahan berkomunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan pelanggan. Oleh karena itu pengertian dan pengetahuan tentang karakteristik pelanggan, kebutuhan pelanggan secara spesifik serta waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan harus dikembangkan.

2. Aspek *assurance* berpengaruh pula secara langsung dan signifikan terhadap loyalitas konsumen Pengguna jasa KA Sawunggalih Kelas Bisnis. Maka berbagai upaya peningkatan *assurance* seperti kemampuan yang baik dalam menjamin keamanan penumpang, rasa nyaman dan percaya, kemampuan karyawan untuk bersikap baik dan ramah secara konsisten dapat dioptimalkan. Apabila komponen-komponen *assurance* tersebut secara terus-menerus ditingkatkan akan memberikan dampak terhadap peningkatan loyalitas konsumen Pengguna jasa KA Sawunggalih Kelas Bisnis.

3. Dari hasil *path analysis* menunjukkan bahwa jalur tidak langsung *tangible* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen dengan nilai koefisien regresi paling dominan. Oleh karena itu dalam rangka meningkatkan kepuasan konsumen KA Sawunggalih Kelas Bisnis yang secara tidak langsung akan meningkatkan loyalitas konsumen, dimensi yang dapat lebih optimal diberdayakan adalah *tangible* (bukti nyata). Manajemen PT KAI (Persero) khususnya Stasiun Besar Kutoarjo dapat meningkatkan kualitas dan kuantitas aspek-aspek 'bukti nyata' bagi Pengguna jasa KA Sawunggalih Kelas Bisnis. Aspek-aspek yang menjadi prioritas utama antara lain ketersediaan kereta dan gedung stasiun yang nyaman dan

	memadai, fasilitas fisik yang rapi dan bersih, pamflet/brosur/papan pemberitahuan tersedia dengan baik dan lengkap serta penampilan karyawan cukup menyenangkan.
Perbedaan penelitian	Pada penelitian terdahulu meneliti tentang Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Jasa Kereta Api Di Kabupaten Purworejo. dan pada penelitian saat ini meneliti tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Pengguna Jasa Kereta Api Probawangi Jurusan Banyuwangi-Surabaya.

2.1.4. Rujukan Penelitian Dari Akromul Ilma Wildani (2016)

Pada tabel 2.4. dijelaskan secara ringkas jurnal penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan. Penelitian ini berfokus pada variabel Jaminan.

Tabel 2.4

Rujukan Penelitian Untuk Variabel Jaminan

Judul Penelitian	Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan Terhadap kepuasan pelanggan Jasa Transportasi Kereta Api (studi kasus pada pelanggan Kereta Apimatarmaja Malang Jakarta)
Penulis	Akromul Ilma Wildani (2015), Jurnal Ilmiah FEB Vol.4 No.1
Variabel Yang Diteliti	Variabel Independen : X.1. Keandalan : memberikan layanan dengan baik, akurat, ketepatan waktu. X.2. Daya Tanggap : kesediaan membantu pelanggan, merespon keinginan pelanggan, melayani dengan cepat. X.3. Perhatian : memahami masalah para pelanggan, bertindak demi kepentingan pelanggan, memberikan perhatian personal pelanggan. X.4 Jaminan : keamanan, kenyamanan, kesopanan karyawan memberikan pelayanan.

	<p>X.5 Bukti Langsung : fasilitas fisik, perlenkapan, penampilan pegawai.</p> <p>Variabel Dependen :</p> <p>Y. Kepuasan Pelnggan : kualitas pelayanan, tarif, ketepatan waktu.</p>
Alat	Analisis Regresi Linier Berganda.
Hasil Penelitian	<p>Penelitian ini menemukan bahwa <i>reliability</i>, <i>responsiveness</i>, <i>assurance</i>, dan <i>empathy</i> mempengaruhi kepuasan Pengguna Kereta ApiMatarmaja sementara <i>tangibles</i> tidak berpengaruh secara signifikan. <i>Tangibles</i> pada jasa Kereta ApiMatarmaja meliputi keadaan fisik Kereta Api, kondisi ruang tunggu, kantor, dan peron stasiun, penampilan petugas Kereta Api, dan kebersihan Kereta ApiMatarmaja. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, tidak berpengaruh secara signifikan yang berarti <i>tangibles</i> bukanlah faktor yang menjadi perhatian Pengguna untuk mencapai kepuasannya. Kondisi fisik dari Kereta ApiMatarmaja memang tidak sebaik Kereta Apipada kelas eksekutif maupun bisnis, namun dapat dikatakan bahwa kereta ini mampu berfungsi sebagaimana mestinya. Hal ini juga karena responden dari penelitian ini sebagian besar pelajar/mahasiswa yang memiliki pendapatan/uang saku Rp 500.000,- Rp 2.500.000,- dan juga frekuensi menggunakan Kereta ApiMatarmaja hanya 6 bulan sekali atau 1 tahun sekali. Hal yang terkait dengan <i>reliability</i> diantaranya kemampuan untuk memberikan informasi jadwal KA yang tersedia dengan baik, pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan, kedatangan/keberangkatan kereta yang tepat waktu, dan kemampuan petugas dalam memberikan pelayanan terbaik. Hasil penelitian yang menyatakan bahwa dimensi <i>reliability</i> berpengaruh signifikan terhadap kepuasan Pengguna Kereta ApiMatarmaja. Tidak dapat dipungkiri bahwa keterlambatan</p>

	kedatangan ataupun keberangkatan sering menjadi masalah utama dalam pelayanan Kereta ApiMatarmaja. Namun hal tersebut nampaknya dapat diantisipasi dengan baik oleh petugas Kereta ApiMatarmaja melalui pelayanan yang baik dan ketersediaan jadwal yang jelas.
Perbedaan penelitian	Pada penelitian terdahulu meneliti tentang Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan Terhadap kepuasan pelanggan Jasa Transportasi Kereta Api(studi kasus pada pelanggan Kereta Apimatarmaja malang Jakarta) dan pada penelitian saat ini meneliti tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Pengguna Jasa Kereta ApiProbowangi Jurusan Banyuwangi-Surabaya.

2.1.5. Rujukan Jurnal Dari Veronica Mahardhika (2016)

Pada tabel 2.5. dijelaskan secara ringkas jurnal penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan. Penelitian ini berfokus pada variabel bukti langsung.

Tabel 2.5

Rujukan Penelitian Untuk Variabel Bukti langsung Pelayanan

Judul Penelitian	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Transportasi Kereta ApiIndonesia DAOP 6 Yogyakarta.
Penulis	Veronica Diona Mahardhika.k (2016). Advance Vol 3 No. 1
Variabel Yang Diteliti	Variabel Independen : X.1. <i>Tangible</i> : fasilitas fisik, perlengkapan, penampilan pegawai. X.2. <i>Reliability</i> : kesesuaian pelayanan, ketepatan waktu pelayanan, kehandalan perusahaan. X.3. <i>Responsiveness</i> : kecepatan, kejelasan informasi, kesediaan staf membantu X.4. <i>Assurance</i> : keamanan, jaminan asuransi, kemampuan suberdaya manusia. X.5. Indikator <i>Emphaty</i> : pengertian, memahami kebutuhan

	<p>pelanggan, memiliki waktu kenyamanan pelanggan.</p> <p>Variabel Dependen :</p> <p>Y. Indikator Kepuasan Konsumen : terpenuhinya harapan konsumen, perasaan puas, kepuasan terhadap fasilitas.</p>
Alat	Regresi Linier Berganda.
Hasil Penelitian	<p>Berdasarkan pada hasil analisis yang telah dilakukan pada penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan hasil uji regresi linier berganda menghasilkan hubungan bahwa <i>assurance</i> merupakan variabel yang memiliki koefisiensi regresi terbesar. Hasil uji-t adalah : variable <i>tangible</i>, <i>assurance</i>, dan <i>emphaty</i> berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, sedangkan variabel <i>reliability</i> dan <i>responsiveness</i> berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen PT. Kereta ApiIndonesia daerah operasi 6 Yogyakarta. Hasil uji F adalah : ada pengaruh signifikan antara variabel <i>tangibles</i>, <i>reliability</i>, <i>responsiveness</i>, <i>assurance</i>, <i>emphaty</i> secara simultan terhadap kepuasan konsumen PT. Kereta ApiIndonesia daerah operasi 6 Yogyakarta. Hasil uji R2 adalah : hasil perhitungan diperoleh nilai <i>Adjusted R2</i> = 0,558 berarti dapat diketahui bahwa pengaruh yang diberikan oleh variabel <i>tangible</i>, <i>reliability</i>, <i>responsiveness</i>, <i>assurance</i>, dan <i>emphaty</i> terhadap kepuasan konsumen PT. Kereta ApiIndonesia daerah operasi 6 Yogyakarta adalah sebesar 55,8 % sedangkan sisanya 44,2 % dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.</p>
Perbedaan penelitian	<p>Pada penelitian terdahulu meneliti tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Transportasi Kereta ApiIndonesia DAOP 6 Yogyakarta. dan pada penelitian saat ini meneliti tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Pengguna Jasa Kereta ApiProbawangi Jurusan Banyuwangi-Surabaya.</p>

2.1.6. Rujukan Penelitian Dari Herlin Widasiwi Setianingrum (2018)

Pada tabel 2.6. dijelaskan secara ringkas jurnal penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan. Penelitian ini berfokus pada variabel loyalitas pelanggan pada Kereta Api.

Tabel 2.6

Rujukan Penelitian Untuk Variabel Dependen Loyalitas Pengguna Jasa Kereta Api

Judul Penelitian	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Kereta ApiCommuter Line Jabodetabek pada Stasiun Bogor
Penulis	Herlin Widasiwi Setianingrum (2018). Jurnal Cakrawala, Vol. XVII, No. 1
Variabel Yang Diteliti	Variabel Independen : X. Kualitas Pelayanan : <i>Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty</i> Variabel Dependen : Y. Loyalitas Pengguna jasa : Mengatakan hal positif
Alat	Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Persamaan Regresi
Hasil Penelitian	Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan sehubungan dengan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna jasa Commuter Line Jabodetabek. Artinya, jika Kualitas Layanan naik maka Loyalitas Pelanggan pun naik, dan sebaliknya.
Perbedaan penelitian	Pada penelitian terdahulu meneliti tentang Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Kereta ApiCommuter Line Jabodetabek pada Stasiun Bogor dan pada penelitian saat ini meneliti tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Pengguna Jasa Kereta ApiProbowangi Jurusan Banyuwangi-Surabaya.

Pada penelitian terdahulu diatas masing-masing berbeda tempat penelitian dan inti dari setiap variabel itu tujuannya sama yaitu untuk menganalisis terhadap loyalitas pelanggan, sedangkan pada penelitian yang sekarang peneliti menggunakan 5 variabel independen dan satu variable dependen. Sehingga pengembangan penelitian ini dibandingkan penelitian terdahulu adalah variabel yang diteliti. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan hasil penelitian tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas Pengguna jasa Kereta Api Probawangi dengan cangkupan yang lebih luas dan baik.

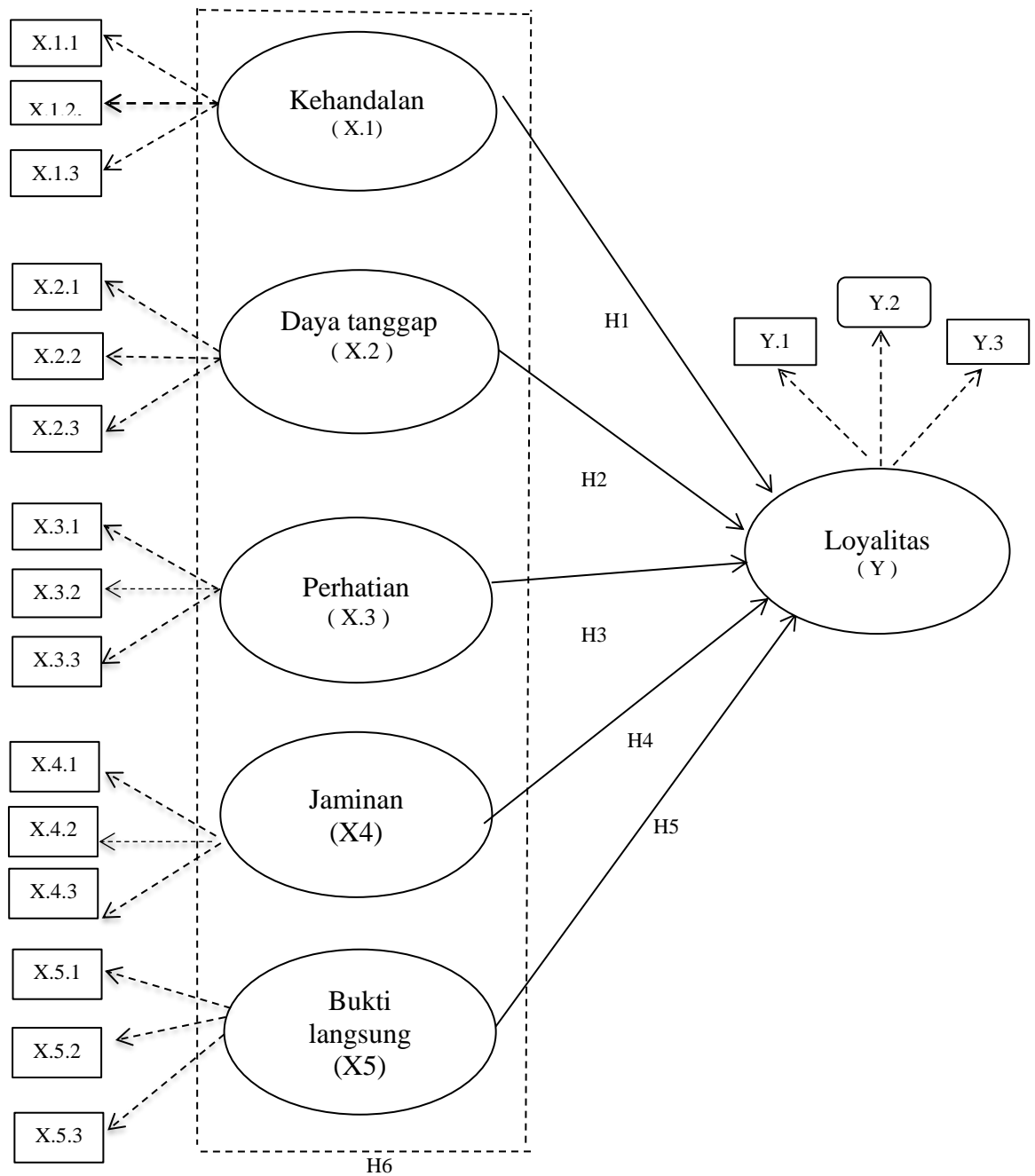
2.2. Hipotesis

Menurut (Sugiono, 2018). Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi, hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik dengan data. Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap masalah penelitian yang kebenarannya masih harus diuji empiris. Hipotesis dalam penelitian ini antara lain:

- H1. Diduga Keandalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas Pengguna jasa Kereta Api Probawangi.
- H2. Diduga Daya tanggap berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas Pengguna jasa Kereta Api Probawangi.
- H3. Diduga Perhatian berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas Pengguna jasa Kereta Api Probawangi.
- H4. Diduga Jaminan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas Pengguna jasa Kereta Api Probawangi.
- H5. Diduga Bukti langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas Pengguna jasa Kereta Api Probawangi.



H6. Diduga kehandalan, daya tanggap, perhatian, jaminan, bukti langsung, secara silmultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas Pengguna jasa Kereta Api Probowangi.

2.3 Kerangka Pemikiran



Gambar 2.2

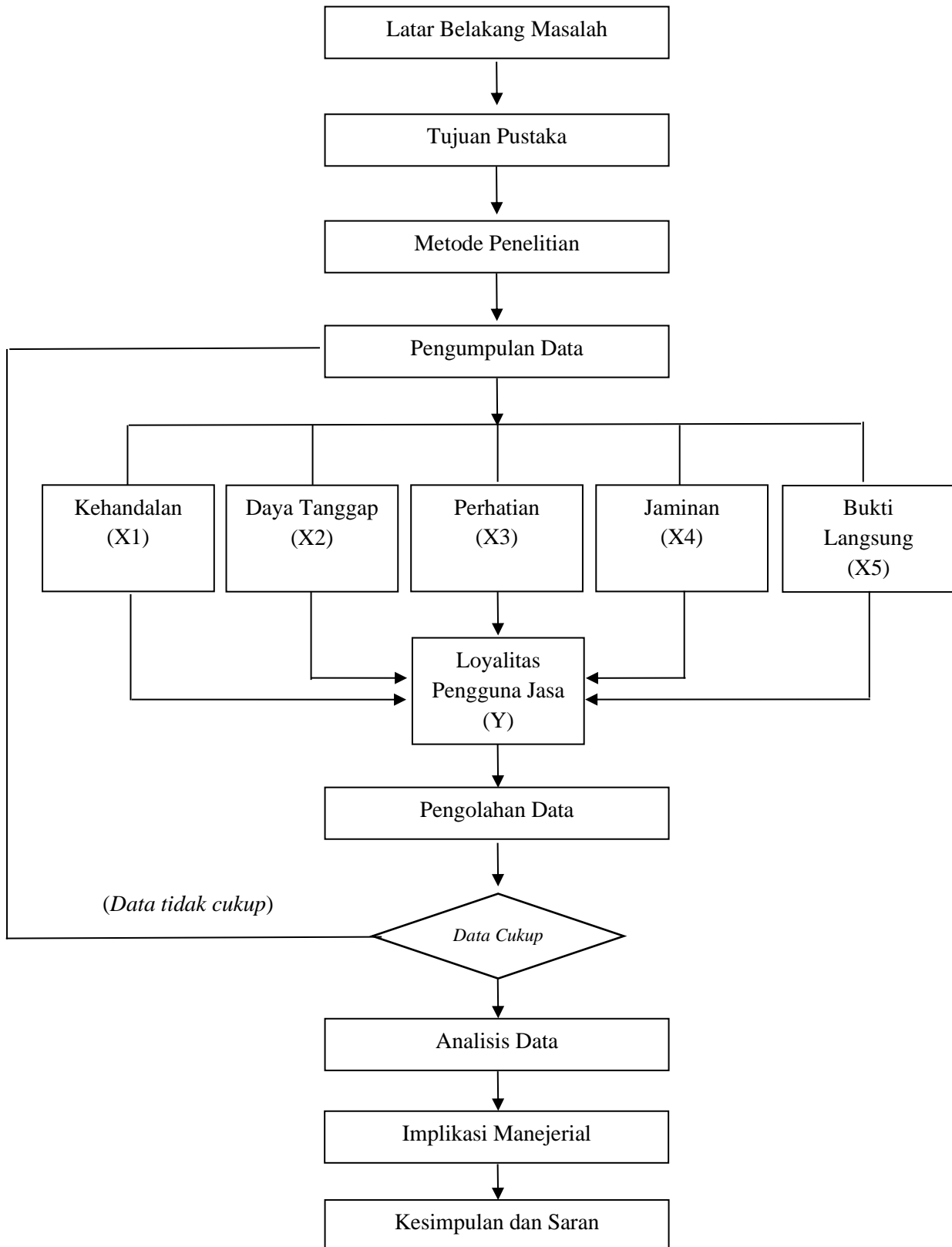
Keterangan :

Indikator :  -----> : Pengukur H : Hipotesis
 Variabel :  → : Pengaruh

Variabel dalam penelitian ini meliputi:

1. Indikator - indikator Keandalan (Susanto, 2018) antara lain:
 - X1.1 = Konsisten
 - X1.2 = Akurat
 - X1.3 = Terpercaya
2. Indikator - indikator Daya Tanggap (Wildani, 2016) antara lain :
 - X2.1 = Membantu penumpang
 - X2.2 = Merespon permintaan
 - X2.3 = Memberikan Pelayanan secara cepat.
3. Indikator - indikator Perhatian (Yanto, 2015) antara lain :
 - X3.1 = Keramahan memberikan keterangan.
 - X3.2 = Mengutamakan kebutuhan penumpang
 - X3.3 = Pemahaman kepada pelanggan/konsumen.
4. Indikator - indikator Jaminan (Wildani, 2016) antara lain :
 - X4.1 = Keamanan personal
 - X4.2 = Kejelasan informasi
 - X4.3 = Ketersediaan staf untuk membantu
5. Indikator - indikator Bukti langsung (Mahardhika, 2016) antara lain :
 - X5.1 = Fasilitas.
 - X5.2 = Perlengkapan dan peralatan.
 - X5.3 = Penampilan pegawai.
6. Indikator - indikator Loyalitas Pengguna jasa Kereta Api (Setianingrum 2018) antara lain :
 - Y.1 = Memberikan informasi positif
 - Y.2 = Merekomendasikan kepada orang lain.
 - Y.3 = Melanjutkan membeli

2.4. Diagram Alur Penelitian



Gambar 2.2 Diagram Alur Penelitian

