



**UNIVERSITAS TARUMANAGARA**

**FAKULTAS EKONOMI**

**JAKARTA**

**SKRIPSI**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PT KAI COMMUTER**

**JAKARTA-BOGOR**

**DIAJUKAN OLEH :**

**NAMA : KIKI SALIM**

**NIM : 115 07 9001**

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT**

**GUNA MENCAPAI GELAR**

**SARJANA EKONOMI**

**2012**

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA**

**FAKULTAS EKONOMI**

**JAKARTA**

**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

NAMA : KIKI SALIM  
NIM : 115079001  
PROGRAM/JURUSAN : S1 MANAJEMEN  
MATA KULIAH POKOK : MANAJEMEN PEMASARAN  
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN  
KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN PADA PT KAI  
COMMUTER JAKARTA-BOGOR

Jakarta, Juli 2012

Pembimbing

(Hetty Karunia Tunjungsari, SE, M.Si)

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA**

**FAKULTAS EKONOMI**

**JAKARTA**

**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

**SETELAH LULUS UJIAN KOMPREHENSIF/SKRIPSI**

NAMA : KIKI SALIM  
NIM : 115079001  
PROGRAM/JURUSAN : S1 MANAJEMEN  
MATA KULIAH POKOK : MANAJEMEN PEMASARAN  
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN  
KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN PADA PT KAI  
COMMUTER JAKARTA-BOGOR  
TANGGAL : 25 Juli 2012 KETUA PENGUJI :

(Drs. Darmawan Achmad, M.M.)

TANGGAL : 25 Juli 2012 ANGGOTA PENGUJI :

(Hetty Karunia Tunjungsari, SE, M.Si)

TANGGAL : 25 Juli 2012 ANGGOTA PENGUJI :

(Drs. Mukti Rahardjo, M.M.)

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA**

**FAKULTAS EKONOMI**

**JAKARTA**

**ABSTRAK**

- (A) Kiki Salim (115079001)
- (B) PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PT KAI COMMUTER JAKARTA-BOGOR
- (C) xii + 67 hlm, 2012, Tabel 18, Gambar 5, Lampiran 3
- (D) Manajemen Pemasaran
- (E) Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan PT KAI Commuter, mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan PT KAI Commuter, dan mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan PT KAI Commuter. Variabel yang digunakan adalah kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan. Teknik pengumpulan datanya adalah dengan menggunakan kuesioner. Teknik analisis data menggunakan metode regresi berganda. Hasil analisis menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan PT KAI Commuter.
- (F) Daftar Acuan 16 (2000-2011)
- (G) Hetty Karunia Tunjungsari, SE, M.Si.

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat yang dilimpahkan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT KAI Commuter Jakarta-Bogor”.

Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi dalam jenjang Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara.

Didalam penyelesaian skripsi ini tidak dapat terwujud tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh sebab itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada :

1. Papa, Mama dan kakak yang telah memberikan banyak bantuan, dukungan dan semangat dalam penyelesaian skripsi ini.
2. Ibu Hetty Karunia Tunjung Sari, SE, M.Si., selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk memberikan petunjuk, bimbingan dan pengarahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Dr. Sawidji Widiatmodjo, SE, MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara.
4. Bapak Ronnie Resdianto Masman, SE, MA, MM., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara.

5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara yang telah membimbing dan mendidik penulis selama menjalani masa perkuliahan.
6. Seluruh Staf dan Pimpinan PT KAI Commuter yang telah membantu penulis dalam memperoleh data untuk keperluan penelitian dalam penyusunan skripsi ini.
7. Teman-teman seperti Aldo, Survia, Philip, Magda, Joan, serta pihak-pihak lain yang membantu kepada penulis selama menjalani masa perkuliahan.

Penulisa menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dan banyak kekurangan karena terbatasnya data dan kemampuan penulis. Oleh sebab itu penulisa mengharapkan adanya saran dan kritik yang bersifat membangun dari semua pihak untuk kesempurnaan skripsi ini.

Jakarta, Juli 2012

(Kiki Salim)

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
ABSTRAK .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xii
BAB 1    PENDAHULUAN	
A. Permasalahan .....	1
1. Latar Belakang .....	1
2. Identifikasi .....	4
3. Pembatasan .....	5
4. Perumusan .....	6
B. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	6
BAB II   LANDASAN TEORI	
A. Definisi Variable .....	8
B. Kerangka Teori .....	11

	C. Penelitian yang Relevan .....	26
	D. Kerangka Pemikiran .....	28
	E. Hipotesis .....	29
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN</b>	
	A. Populasi dan Metode Penelitian Sample .....	30
	B. Operasional Variable .....	32
	C. Metode Pegumpulan Data .....	39
	D. Uji Vadilitas dan Reliabilitas .....	40
	E. Teknik Analisis Data .....	41
<b>BAB IV</b>	<b>ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b>	
	A. Uji Vadilitas dan Rehabilitas .....	43
	B. Deskripsi Subyek dan Obyek Penelitian .....	46
	C. Hasil Analisis Data .....	56
	D. Pembahasan .....	62
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
	A. Kesimpulan .....	64
	B. Saran .....	65

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



## DAFTAR TABEL

	Halaman
Table 3.1 : Table Kualitas Pelayanan .....	33
Table 3.2 : Table Kepuasan Pelanggan .....	35
Table 3.3 : Table Loyalitas Pelanggan .....	37
Table 4.1 : Hasil Pengujian Validitas untuk Kuesioner mengenai Kualitas Pelayanan .....	43
Table 4.2 : Hasil Pengujian Validitas untuk Kuesioner mengenai Kepuasan Pelanggan .....	44
Table 4.3 : Hasil Pengujian Validitas untuk Kuesioner mengenai Loyalitas Pelanggan .....	45
Table 4.4 : Pengujian Reliabilitas .....	45
Table 4.5 : Karakteristik Responden menurut Jenis Kelamin .....	46
Table 4.6 : Karakteristik Responden menurut Usia .....	47
Table 4.7 : Karakteristik Responden menurut Pekerjaan .....	47
Table 4.8 : Karakteristik Responden menurut Pengguna Kereta Api .....	48
Table 4.9 : Tanggapan Responden atas Kualitas Pelayanan KAI Commuter .....	48
Table 4.10: Tanggapan Responden atas Kepuasan Pelanggan .....	52
Table 4.11: Tanggapan Responden atas Loyalitas Pelanggan .....	54
Table 4.12: Uji Multikolinieritas .....	56

Table 4.13: Uji Korelasi (R) dan Koefisien Determinasi ( <i>R-Square</i> / $R^2$ ) .....	59
Table 4.14: Analisis Regresi .....	60
Table 4.15: ANOVA .....	61

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 : Rute Perjalanan KRL Jabodetabek .....	2
Gambar 2.1 : Tingkat Kepuasan Konsumen .....	18
Gambar 2.2 : Kerangka Pemikiran .....	29
Gambar 4.1 : Diagram Pencar ( <i>Scatter plot</i> ) .....	57
Gambar 4.2 : Diagram <i>Normal Probability</i> .....	58

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 : Kuesioner

Lampiran 2 : Hasil Koesioner

Lampiran 3 : Hasil SPSS

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Permasalahan**

#### **1. Latar Belakang**

Alat transportasi merupakan sarana penting dalam masyarakat. Berkat kemajuan dalam dunia transportasi, jarak antara daerah dirasakan menjadi lebih dekat. Transportasi telah menjadi salah satu unsur yang menentukan guna menjamin perkembangan ekonomi di masyarakat. Dewasa ini, perkembangan alat transportasi sangat berkembang pesat terutama di kota-kota besar seperti di kota Jakarta dimana kota Jakarta merupakan salah satu pusat seperti pusat bisnis, pusat pendidikan, pusat mode dan sebagainya. Hal tersebut menyebabkan orang-orang dari daerah seperti Bogor, Depok, Bandung dan sebagainya mendatangi kota tersebut dengan kepentingan yang berbeda-beda. Oleh karena itu mereka memerlukan jasa transportasi yang dapat dengan cepat melayani dan memenuhi kebutuhan yang diinginkan para pengguna jasa transportasi.

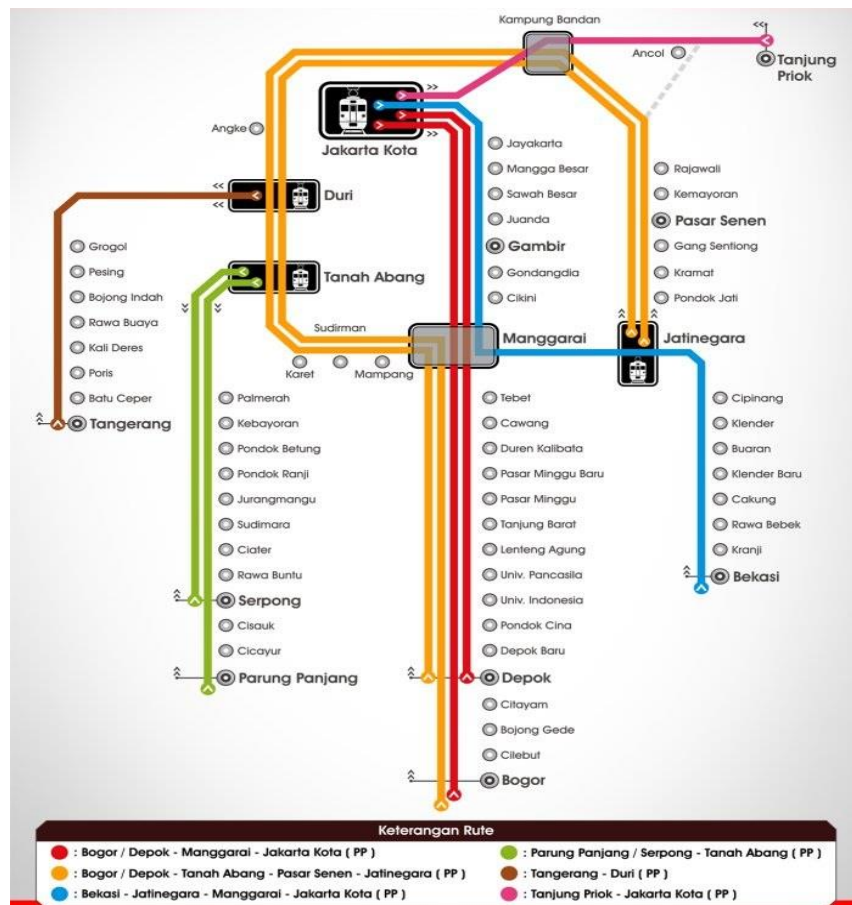
Salah satu jasa transportasi yang cocok digunakan adalah sarana angkutan kereta api listrik yang baik antar kota dalam provinsi maupun antar provinsi. Salah satu perusahaan transportasi kereta api listrik antar kota adalah PT. KAI Commuter Jabodetabek yang merupakan salah satu anak perusahaan di lingkungan PT. KERETA API (Persero) yang dibentuk sesuai dengan Inpres

No. 5 tahun 2008 dan Surat Menneq BUMN No. S-653/MBU/2008. PT. KAI

Commuter Jabodetabek memiliki rute perjalanan diantaranya :

**Gambar 1.1**

**Rute Perjalanan KRL Jabodetabek**



Sumber: [www.krl.co.id](http://www.krl.co.id) 15 Desember 2011

PT. KAI Commuter Jabodetabek ini akhirnya resmi menjadi anak perusahaan PT KERETA API (Persero) sejak tanggal 15 September 2008 yaitu sesuai dengan Akte Pendirian No. 415 Notaris Tn. Ilmiawan Dekrit,

S.H., saat ini PT. KAI Commuter Jabodetabek memiliki kurang lebih sekitar 72 unit KRL Commuter dengan tiga jenis pelayanan yang berbeda untuk setiap rute yaitu *Commuter* ekonomi non-AC, *Commuter* Ekonomi AC dan *Commuter* Ekspres AC. PT. KAI Commuter Jabodetabek berpusat di jalan Ir. H. Juanda 1, Jakarta Pusat 10120.

Di tengah persaingan yang ketat ini PT. KAI Commuter Jabodetabek berupaya meningkatkan kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan agar mendapatkan kesetiaan pelanggan. Pelanggan yang mendapatkan kualitas pelayanan (*service quality*) yang baik akan merasa puas. Pelanggan yang puas akan melakukan *repeat purchase* dan *recommended buying* yang kemudian akan timbul kesetiaan pelanggan (*customer loyalty*) terhadap jasa yang digunakan. Hal ini merupakan faktor-faktor penting dalam setiap bisnis jasa, termasuk bisnis jasa transportasi.

Kualitas pelayanan (*service quality*) sendiri terbagi atas lima dimensi, yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*. *Tangible* yaitu, memperlihatkan fasilitas fisik, peralatan, karyawan. *Reliability* yaitu, kemampuan memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan dengan tepat dan handal. *Responsiveness* yaitu, kesedian membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat. *Assurance* yaitu, pengetahuan para karyawan dan kemampuan mereka membangkitkan rasa percaya pelanggan. yaitu, rasa perhatian, peduli yang diberikan kepada pelanggan.

Menurut Rangkuti (2006:19) pemasaran jasa tidak sama dengan pemasaran produk, pertama pemasaran jasa bersifat *intangible* dan *immaterial* karena produknya tidak kasat mata dan tidak dapat diraba. Kedua, produksi jasa dilakukan saat pelanggan berhadapan langsung dengan pemberi jasa sehingga pengawasan kualitasnya dilakukan pada saat itu juga. Ketiga, interaksi antara pelanggan dan pemberi jasa adalah penting untuk dapat mewujudkan kepercayaan dan keakraban dengan pelanggan.

Maka dengan itu PT. KAI Commuter Jabodetabek melakukan pertimbangan pada faktor-faktor penting lain selain harga, yaitu kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan kesetiaan pelanggan.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dan mengangkat permasalahan tersebut dalam pembuatan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. KAI Commuter Jakarta-Bogor”**.

## **2. Identifikasi**

Berdasarkan uraian yang terdapat pada bagian latar belakang tersebut, dapat diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut, yaitu :

- a. Faktor-faktor apa saja yang menentukan kualitas pelayanan pada PT KAI Commuter Jakarta-Bogor ?



- b. Faktor-faktor apa saja yang menentukan kepuasan pelanggan pada PT KAI Commuter Jakarta-Bogor?
- c. Faktor-faktor apa saja yang menentukan loyalitas pelanggan pada PT KAI Commuter Jakarta-Bogor ?
- d. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada PT KAI Commuter Jakarta-Bogor?
- e. Apakah terdapat pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada PT KAI Commuter Jakarta-Bogor?
- f. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada PT KAI Commuter Jakarta-Bogor?

### **3. Pembatasan**

Dalam skripsi ini, penulis membatasi permasalahan yang dibahas. Yaitu subyek penelitian adalah pengguna listrik jurusan kereta api Commuter Ekonomi AC jurusan Jakarta-Bogor. Sedangkan obyeknya adalah variable kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Pembatasan ini dikarenakan penulis mempunyai keterbatasan biaya, waktu, dan tenaga serta keterbatasan pengetahuan baik teori maupun metode penelitian. Survei dilakukan tanggal 9 Mei sampai dengan 16 Mei.

#### **4. Perumusan**

Kegiatan pemasaran dalam perusahaan memegang peranan yang penting karena manfaat yang nantinya akan terasa untuk pelanggan atau untuk produsen menjadi lebih berarti. Oleh karena itu, penulis merumuskan permasalahan:

- a. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan PT. KAI Commuter?
- b. Apakah terdapat pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan PT. KAI Commuter?
- c. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan PT. KAI Commuter?

### **B. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

#### **1. Tujuan**

Berdasarkan rumusan masalah tersebut diatas, maka tujuan penelitian yang dilakukan adalah:

- a. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan PT. KAI Commuter?
- b. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan PT. KAI Commuter?
- c. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan PT. KAI Commuter?

## **2. Manfaat**

Adapun kegunaan dari penelitian yang dilakukan penulis adalah sebagai berikut :

### **a. Bagi Perusahaan**

Dapat dijalankan sebagai informasi, bahan masukan dan evaluasi pada faktor-faktor penting, seperti: kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan untuk dapat membangun loyalitas pelanggan.

### **b. Bagi Penulis**

Menambah pengetahuan yang lebih mendalam tentang masalah pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Foster, W.T. (2008). *A Theoretical Model for Customer Satisfaction*, 4<sup>th</sup> Edition. Boston : Mc Graw Hill.
- Ganesh, J, Arnold, M.J, and Reynolds, K.E. (2000). "Understanding the Customer Base : Measurement of Tourist Satisfaction". *Journal of Vacation Marketing*. Vol. 9, No. 1 : 71-74.
- Husanto, Trisno. (2009). "Faktor-faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan : Studi Kasus pada CV Sarana Media Advertising Surabaya. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. Vol. 6, No. 2 :123-136.
- Kotler, P and Amstrong, G. (2010). *Principles of Marketing*, 13<sup>th</sup> Edition. Prentice Hall, Inc.
- Kotler, P dan Amstrong, G. (2010). *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi Ketiga. Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P. (2000). *Marketing Management*. New Jersey : The Millenium Edition, Prentice Hall International Edition.
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani, A. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat.
- Maholtra, N. K. (2004). *Marketing Research An Applied Orientation*, 4<sup>th</sup> Edition. New Jersey : Pearson Education, Inc.
- Maiyaki, Ahmed A. (2011). "The Relationship Between Service Quality and Satisfaction on Customer Loyalty in Malaysian Mobile Communication Industry". *Journal School of Doctoral Studies* : 32-37.
- Rahaman R. K and Rahaman Md. A. (2009). "Service Quality Affecting the Satisfaction of Railway Passangers of Selection Route in Southwestern Part of Bangladesh". *Theoretical and Empirical Researches in Urban Management*. Vol. 12, No. 3 :115-125.
- Tjiptono, Fandy and Gregorius, Chandra. (2004). *Service Quality and Satisfaction*, Edisi Pertama, Yogyakarta : Andi Offset.

Tjiptono, Fandy. (2001). Strategi Pemasaran, Edisi Pertama. Yogyakarta : Andi Offset.

Zeithaml, V. A, Bitner, Mary J, Gremler, Dwayne. (2009). Service Marketing, 5<sup>th</sup> International Edition. New York : Mc. Graw Hill Companies. Inc.

Zeithaml, Valerie A and Bitner, Marry J. (2003). Service Marketing, International Edition. New York : Mc. Graw Hill Companies. Inc.