

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi ini masyarakat Indonesia aktifitas dan mobilitas penduduknya semakin pesat, sarana transportasi merupakan suatu bagian yang dibutuhkan dan tidak dapat dipisahkan dari masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Dalam aspek perekonomian transportasi memiliki peran yang sangat penting karena semakin tinggi perkembangan ekonomi negara tersebut semakin tinggi pula mobilitas masyarakat di dalamnya sehingga masyarakat semakin jeli dalam menentukan pilihan, didukung pula dengan banyaknya pilihan perusahaan transportasi yang bermunculan dan menawarkan berbagai macam produk yang berbeda, pelayanan yang berbeda dan harga yang berbeda. Oleh karena itu konsumen akan semakin kritis dalam menilai dan memilih suatu perusahaan transportasi.

Tingkat persaingan yang pada saat sekarang ini marak terjadi adalah persaingan antara perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa transportasi. Transportasi merupakan sarana yang penting dalam hal pergerakan atau mobilitas barang maupun orang dari suatu tempat ke tempat lain. Secara umum bisnis transportasi tersebut meliputi transportasi darat, transportasi laut, transportasi udara. Kebutuhan akan jasa transportasi yang semakin meningkat membuat pertumbuhan akan bisnis atau usaha dalam bidang transportasi semakin menjamur pula. Ini salah satu penyebab mengapa para perusahaan khususnya

yang bergerak di bidang transportasi berlomba-lomba menawarkan jasa transportasinya kepada masyarakat dan berusaha memberikan pelayanan terbaiknya untuk menarik pelanggan sebanyak-banyaknya.

Jasa transportasi kereta api merupakan alternatif pilihan bagi masyarakat dalam menggunakan jasa transportasi darat dan merupakan salah satu alat angkutan yang cukup diminati serta memiliki kelebihan-kelebihan jika dibandingkan dengan alat angkutan yang lain. Kelebihan menggunakan jasa transportasi kereta api tersebut adalah tingkat keamanan yang lebih terjamin dan jika dilihat dari jumlah atau frekuensi terjadinya kecelakaan. Di samping itu, kelebihan menggunakan jasa kereta api adalah dengan kecepatan, keamanan dan kenyamanannya selama perjalanan.

Suatu perusahaan seperti penyedia layanan jasa transportasi darat yaitu PT Kereta Api Indonesia (Persero), pelayanan adalah merupakan kunci kesuksesan dan keberhasilan. Karena dengan pelayanan yang baik maka pengguna jasa akan dapat menilai dan memberikan citra baik karena pelayanan yang diterimanya sehingga memberikan keuntungan lebih kepada perusahaan tersebut, keuntungan tersebut seperti akan melakukan pembelian ulang atau merekomendasikan ke orang lain.

Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampainnya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 1996:56). Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai

upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketetapan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen.

PT. Kereta Api (Persero) merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa transportasi darat dengan moda kereta api maka tidak terlepas dari usaha-usaha untuk meningkatkan kualitas pelayanan kepada penumpang. Hal ini terkait dengan kondisi pengguna jasa transportasi yang semakin kritis dalam memilih alat transportasi. Pengguna jasa transportasi selalu mengutamakan pilihan alat transportasi yang memiliki keuntungan seperti pelayanan, fasilitas, dan harga.

KA Tawang Jaya merupakan kereta api penumpang yang dioperasikan oleh PT. Kereta Api Indonesia (Persero) DAOP IV Semarang dengan relasi Stasiun Semarang Poncol dan Stasiun Jakarta Pasar Senen. KA Tawang Jaya merupakan jenis kereta api kelas ekonomi AC subsidi. Fasilitas ditawarkan KA Tawang Jaya sudah memenuhi standar yang bagus, dimana dalam gerbong sudah terdapat AC yang membuat suhu di dalam gerbong lebih sejuk dan terdapat stop kontak yang bisa dimanfaatkan penumpang untuk mengisi ulang baterai handphone.

Seiring dengan semakin tingginya minat pengguna jasa transportasi untuk menggunakan kereta api dimana kereta api memiliki keunggulan di kecepatan, kenyamanan, dan keamanan dibandingkan moda transportasi darat lain, kemunculan KA Tawang Jaya cukup menarik pengguna jasa transportasi karena KA Tawang Jaya salah satu kereta api kelas ekonomi yang menghubungkan 2

kota besar di pulau Jawa antara kota Jakarta dan Semarang yang memang cukup banyak peminat yang ingin berpergian diantara kedua kota tersebut. Hal ini dapat dibuktikan dari data volume penumpang selama satu tahun.

Tabel 1.1

Volume Penumpang KA Tawang Jaya Tahun 2016

Bulan	Kursi Tersedia	Volume Penumpang	Okupansi Penumpang
Januari	46.004	51.210	111%
Februari	43.036	46.380	104%
Maret	46.004	51.653	112%
April	89.040	55.660	63%
Mei	92.008	76.615	83%
Juni	89.040	57.726	65%
Juli	92.008	84.159	91%
Agustus	92.008	59.905	65%
September	89.040	72.656	82%
Oktober	92.008	56.455	61%
November	89.040	52.059	58%
Desember	92.008	86.076	94%
Jumlah	951.244	750.554	82%

Sumber : PT. Kereta Api Indonesia (Persero) DAOP IV Semarang, tahun 2016

Penggunaan KA Tawang Jaya pada tahun 2016 dari bulan ke bulan mengalami perubahan yang fluktuatif. Perubahan ini merupakan dampak yang positif bagi PT. Kereta Api Indonesia (Persero) DAOP IV Semarang.

Dari data tabel 1.1 dapat dilihat bahwa KA Tawang Jaya sangat diminati, dapat dilihat bahwa okupansi penumpang rata-rata 82%. Penyebab Okupansi penumpang bisa mencapai diatas 100% dikarenakan KA Tawang Jaya dalam perjalanannya dari Stasiun Semarang Poncol hingga Stasiun Jakarta Pasar Senen akan berhenti di beberapa stasiun seperti Stasiun Weleri, Stasiun Pekalongan, Stasiun Pemalang, Stasiun Tegal, Stasiun Brebes, Stasiun Babakan, Stasiun Cirebon Prujakan, Stasiun Haur Geulis, Stasiun Bekasi, Stasiun Jakarta Pasar Senen, beberapa penumpang akan turun di stasiun tersebut dan beberapa penumpang juga ada yang naik dari stasiun tersebut dan menggantikan tempat duduk penumpang yang turun sehingga kursi penumpang menjadi penuh kembali. Melihat okupansi penumpang hingga diatas 100%, maka mulai 1 April 2016 KA Tawang Jaya beroperasi dengan rangkaian panjang hingga 14 gerbong penumpang yang setiap gerbongnya berkapasitas 106 penumpang dari sebelumnya hanya 7 gerbong penumpang yang setiap gerbongnya berkapasitas 106 penumpang. Dengan penambahan rangkaian gerbong penumpang ini bertujuan agar kapasitas penumpang KA Tawang Jaya ini dapat bertambah. Dari tabel 1.1 dapat disimpulkan bahwa KA Tawang Jaya menjadi alat transportasi yang diminati karena lebih dari 50% kursi yang tersedia akan terjual.

Dengan tagline “Anda adalah prioritas kami” ini, PT. Kereta Api Indonesia (Persero) mengutamakan pelayanan untuk pengguna jasa kereta api mereka.

Dengan demikian, diharapkan para pengguna jasa kereta api dapat merasakan pelayanan yang diberikan oleh PT. Kereta Api Indonesia (Persero) telah sesuai dengan harapan pengguna jasa kereta api. KA Tawang Jaya adalah salah satu produk PT. Kereta Api Indonesia (Persero) dengan peminat yang banyak. Dengan peminat KA Tawang Jaya yang banyak tentu memberikan kontribusi yang berpengaruh terhadap pendapatan PT. Kereta Api. Dalam pelaksanaan pelayanannya PT. Kereta Api Indonesia (Persero) tentunya ada kesenjangan antara harapan dengan kenyataan. Untuk itu penulis ingin mengetahui kualitas pelayanan yang diberikan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) kepada pengguna jasa KA Tawang Jaya.

Dari uraian diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul **“Analisis Kualitas Pelayanan KA Tawang Jaya Pada PT. Kereta Api Indonesia (Persero) DAOP IV Semarang”**

1.2 Rumusan Masalah

Semakin kritisnya konsumen dalam memberikan penilaian terhadap pelayanan jasa yang diterimanya, maka mendorong pihak perusahaan jasa untuk memberikan pelayanan yang optimal. Di sisi lain masih ada beberapa hal yang dirasa konsumen belum optimal pelaksanaannya, baik dari segi fasilitas maupun dari segi pelayanan. Berdasarkan uraian di atas dapat dirumuskan permasalahan penelitian yaitu bagaimana kualitas pelayanan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) DAOP IV Semarang terkait pelayanan yang diberikan kepada pengguna jasa KA

Tawang Jaya dilihat dari dimensi keandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), empati (empaty), berwujud (tangible).

1.3 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang dilakukan penulis adalah untuk mengetahui kualitas pelayanan yang diberikan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) DAOP IV Semarang kepada pengguna jasa kereta api Tawang Jaya dilihat dari dimensi keandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), empati (empaty), berwujud (tangible).

1.3.2 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah:

1. Manfaat bagi perusahaan

Dengan melakukan penelitian ini maka dapat memberi masukan bagi perusahaan untuk melakukan evaluasi dalam hal perbaikan kualitas pelayanan serta sebagai bahan pertimbangan dalam pemecahan masalah yang berhubungan dengan pelayanan kepada pengguna jasa kereta api, khususnya pada KA Tawang Jaya.

2. Manfaat bagi D3 Manajemen Pemasaran

Dengan hasil penelitian ini maka dapat dijadikan sebagai sumber informasi dan referensi bagi mahasiswa khususnya mengenai analisis kualitas pelayanan pengguna jasa KA Tawang Jaya.

3. Manfaat bagi peneliti

Menambah pengetahuan dan wawasan tentang kualitas pelayanan kereta api Tawang Jaya, serta penulis dapat membandingkan antara teori yang ada dengan praktek di lapangan.

1.4. Kerangka Teori

1.4.1. Pengertian Jasa

Adanya kemajuan ekonomi global dewasa ini mendorong pertumbuhan sektor jasa. Banyak peluang bisnis yang muncul dari sektor ini, demikian halnya kesempatan kerja semakin luas. Di Indonesia, perkembangan sektor jasa juga berlangsung pesat.

Pengertian jasa menurut Philip Kotler (Tjiptono,2002:192) adalah setiap tindakan atau perbuatan yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat intangible (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Jasa atau pelayanan merupakan suatu kinerja penampilan, tidak berwujud dan cepat hilang, lebih dapat dirasakan dari pada dimiliki serta pelanggan lebih dapat berpartisipasi aktif dalam proses mengkonsumsi jasa tersebut. Kondisi dan cepat lambatnya pertumbuhan jasa akan sangat tergantung pada penilaian pelanggan terhadap kinerja (penampilan yang ditawarkan oleh pihak produsen).

Keunggulan suatu produk jasa adalah tergantung dari keunikan serta kualitas yang diperlihatkan oleh jasa tersebut, apakah sudah sesuai dengan harapan dan keinginan pelanggan.

Beberapa pengertian tersebut memberikan kesimpulan bahwa jasa adalah kegiatan ekonomi dengan hasil keluaran yang tidak berwujud yang ditawarkan dari penyedia jasa yaitu perusahaan kepada pengguna jasa atau konsumen.

Napitupulu (2007:164) menyatakan karakteristik pelayanan sebagai berikut

:

1. Intangibility (tak berwujud), tidak dapat dilihat, diraba, dirasa, didengar, dicium, sebelum ada transaksi. Pembeli tidak mengetahui dengan pasti atau dengan baik hasil pelayanan sebelum pelayanan dikonsumsi.
2. Inseparability (tidak dapat dipisahkan), dijual lalu diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan karena tidak dapat dipisahkan. Karena itu, konsumen ikut berpartisipasi menghasilkan jasa layanan. Dengan adanya kehadiran konsumen, pemberi pelayanan berhati-hati terhadap interaksi yang terjadi antara penyedia dan pembeli. Keduanya mempengaruhi hasil layanan.
3. Variability (berubah-ubah dan variasi). Jasa beragam, selalu mengalami perubahan, tidak selalu sama kualitasnya bergantung kepada siapa yang menyediakannya dan kapan serta dimana disediakan.
4. Perishability (cepat hilang, tidak tahan lama), jasa tidak dapat disimpan dan permintaannya berfluktuasi. Daya tahan suatu jasa layanan bergantung pada situasi yang diciptakan oleh berbagai faktor.

Didalam jasa selalu ada aspek interaksi antar pihak konsumen dan pemberi jasa, meskipun pihak-pihak yang terlibat tidak selalu menyadari. Jasa juga bukan

merupakan barang, jasa adalah suatu proses atau aktivitas, dan aktivitas-aktivitas tersebut tidak berwujud.

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Goetsh dan Davis, 1994 dalam Tjiptono, 2000).

Kualitas jasa pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata mereka terima atau peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan atau inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan.

1.4.2. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan supaya mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan. Kualitas mencerminkan semua dimensi penawaran produk yang menghasilkan manfaat (*benefit*) bagi pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan.

Dewasa ini konsep kualitas pelayanan telah menjadi faktor yang sangat dominan terhadap keberhasilan suatu organisasi. Kualitas meliputi pedoman utama dalam pembangunan dan keberhasilan implementasi program-program manajerial untuk mewujudkan tujuan-tujuan bisnis yang utama.

Kualitas adalah penelitian subyektif pelanggan. Penilaian ini ditentukan oleh persepsi pelanggan terhadap jasa, persepsi tersebut dapat berubah karena dipengaruhi oleh beberapa hal. Misalnya iklan yang efektif, rotasi suatu jasa

tertentu, pengalaman teman sebagainya. Jadi yang penting adalah bagaimana suatu jasa dipresepsikan oleh pelanggan dan kapan persepsi pelanggan berubah.

Dalam prefektif TQM (*total quality management*). Kualitas dipandang secara lebih luas, tidak hanya aspek hasil saja yang ditekankan tetapi juga proses, lingkungan dan manusia. Hal tersebut tampak dalam definisi yang dirumuskan oleh Goetsh dan Davis sebagaimana dikutip dari (Tjiptono, 2004:51), yaitu bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Sedangkan definisi simpel yang diberikan oleh Ratminto dan Atik Septi Winarsih (2005:2) “Pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pembeli pelayanan yang dimaksudkan untuk mencegah permasalahan konsumen.

Hal ini menjelaskan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu bentuk sistem atau metode tertentu yang diberikan pada pelanggan agar kebutuhan pelanggan tersebut dapat terpenuhi sesuai dengan harapan mereka. Pelayanan merupakan suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seorang dengan orang lain atau secara fisik, dan menyediakan kepuasan pelanggan.

1.4.2.1. Dimensi Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan memiliki beberapa dimensi atau unsur kualitas pelayanan. Unsur-unsur kualitas pelayanan merupakan hasil temuan penelitian dari teori kualitas pelayanan yang disampaikan oleh A. Pasuraman. Sebagai salah satu tokoh pionir dalam pengukuran kualitas pelayanan, Pasuraman mencetuskan dimensi *servqual*. Dimensi ini dibuat untuk mengukur kualitas pelayanan dengan menggunakan suatu kuesioner. Teknik *servqual* dapat mengetahui seberapa besar jarak harapan pelanggan dengan ekspektasi pelanggan terhadap pelayanan yang diterima. *Servqual* memiliki 5 dimensi, diantaranya :

a. Reliability

Reliability adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen terkait kecepatan, ketepatan waktu, tidak ada kesalahan, sikap simpatik, dan lain sebagainya.

b. Responsiveness

Responsiveness adalah tanggapan memberikan pelayanan yang cepat atau responsif serta diiringi dengan cara penyampaian yang jelas dan mudah dimengerti.

c. Assurance

Assurance adalah jaminan dan kepastian yang diperoleh dari sikap sopan santun karyawan, komunikasi yang baik, dan pengetahuan yang dimiliki, sehingga mampu menumbuhkan rasa percaya pelanggan.

d. Empathy

Empathy adalah memberikan perhatian yang tulus dan bersifat pribadi kepada pelanggan, hal ini dilakukan untuk mengetahui keinginan konsumen secara akurat dan spesifikasi.

e. Tangibles

Tangibles adalah bukti konkret kemampuan suatu perusahaan untuk menampilkan yang terbaik bagi pelanggan. Baik dari fisik tampilan bangunan, fasilitas, perlengkapan teknologi pendukung, hingga penampilan karyawan.

Mengukur kualitas pelayanan berarti membandingkan kinerja suatu jasa dengan seperangkat standar yang telah ditetapkan terlebih dahulu menggunakan skala multi item yang diberi nama *Serqual (Service Quality)*. Alat ini dimaksudkan untuk mengukur harapan dan persepsi pelanggan dan kesenjangan yang ada di model kualitas jasa. Dikemukakan oleh Lehtinen sebagaimana dikutip oleh Tjiptono (2004:97) bahwa ada 2 dimensi kualitas jasa, yaitu *process quality* (yang dievaluasi pelanggan selama jasa diberikan) dan *output quality* (yang dievaluasi setelah jasa diberikan).

Pelayanan publik dapat diartikan sebagai pemberian layanan (melayani) keperluan orang atau masyarakat yang mempunyai kepentingan kepada organisasi itu sesuai dengan aturan pokok dan tata cara yang telah ditetapkan.

Konsep pelayanan publik diturunkan dari makna *public service* yang berarti “berbagai aktivitas yang bertujuan memenuhi kebutuhan masyarakat akan barang dan jasa” (Napitupulu, 2007:165).

1.4.3. Definisi Konseptual dan Definisi Operasional

1.4.3.1. Definisi Konseptual

Definisi konseptual suatu kumpulan konsep, definisi, dan proposisi yang menggambarkan fenomena secara sistematis melalui penentuan hubungan secara sistematis antara variabel dengan tujuan untuk menjelaskan fenomena. Definisi konsep dalam penelitian bertujuan untuk memberikan batasan-batasan pengertian dari variabel-variabel penelitian agar dalam penelitian dan pembahasan masalah tidak terjadi kekaburan karena kurang jelasnya batasan variabel yang ada. Adapun definisi konsep dari variabel ini adalah :

Kualitas Pelayanan : kemampuan suatu produk atau jasa untuk memenuhi fungsinya berupa kepentingan pelanggan.

A. Keandalan (Reliability)

Kemampuan dalam melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya.

B. Daya Tanggap (Responsiveness)

Kemampuan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan tanggap dan cepat.

C. Jaminan (Assurance)

Pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan.

D. Empati (Empaty)

Kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para pelanggan.

E. Keberwujudan (Tangible)

Meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, sarana dan prasarana.

1.4.3.2. Definisi Operasional

Setelah didapat konseptual tiap variabel agar dapat diterapkan dalam penelitian, maka kita harus mendefinisikan secara operasional.

Pendefinisian ini dilakukan dengan mengemukakan indikator-indikator :

1. Keandalan (Reliability)

Yaitu kemampuan petugas kereta api dalam melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya.

Indikator-indikator :

- a. Petugas melayani dengan prima.
- b. Keakuratan petugas dalam pemberian informasi.
- c. Kenyamanan penumpang selama perjalanan menggunakan KA Tawang Jaya.
- d. Ketepatan jadwal keberangkatan dan kedatangan KA Tawang Jaya.
- e. Jaminan keamanan dan keselamatan sampai tujuan.

2. Daya Tanggap (Responsiveness)

Yaitu kemampuan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan tanggap dan cepat.

Indikator-indikator :

- a. Tanggapan petugas dalam menanggapi keluhan penumpang KA Tawang Jaya.
- b. Kesiediaan petugas dalam menanggapi keluhan penumpang KA Tawang Jaya.
- c. Kesigapan petugas untuk membantu penumpang KA Tawang Jaya.

3. Jaminan (Assurance)

Yaitu pengetahuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas keraguan-keraguan.

Indikator-indikator :

- a. Informasi yang diberikan petugas kepada penumpang KA Tawang Jaya meyakinkan.
- b. Ramah dan sopan santun dari petugas ketika melayani penumpang KA Tawang Jaya.
- c. Kecakapan petugas dalam melayani penumpang KA Tawang Jaya.

4. Empati (Empaty)

Yaitu kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

Indikator-indikator :

- a. Sikap petugas yang inisiatif membantu penumpang ketika penumpang terlihat dalam kesulitan.

- b. Kemampuan petugas untuk berkomunikasi dengan baik kepada penumpang KA Tawang Jaya.
- c. Petugas memberikan layanan pada penumpang secara adil.

5. Keberwujudan (Tangible)

Yaitu meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, sarana dan prasarana.

Indikator-indikator :

- a. Kebersihan dan kerapian petugas KA Tawang Jaya.
- b. Kenyamanan kursi penumpang KA Tawang Jaya.
- c. Kenyamanan AC di dalam KA Tawang Jaya.
- d. Kebersihan pada gerbong KA Tawang Jaya.
- e. Kebersihan dan kenyamanan gerbong restorasi KA Tawang Jaya.
- f. Kebersihan toilet di dalam KA Tawang Jaya.
- g. Desain bagian luar (eksterior) KA Tawang Jaya.
- h. Desain bagian dalam (interior) KA Tawang Jaya.

1.5. Metode Penelitian

Metode pengumpulan data yang digunakan penulis dalam penyusunan tugas akhir adalah sebagai berikut :

1.5.1. Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang dilakukan adalah deskriptif kuantitatif yakni penelitian yang berusaha menggambarkan fenomena yang diteliti dalam hal ini adalah gambaran tentang kualitas pelayanan pada jasa transportasi KA Tawang Jaya.

1.5.2. Jenis Data dan Sumber Data

Jenis data penelitian ini adalah :

1. Data Kualitatif

Data yang tidak dapat diukur dalam skala angka. Data kualitatif yang diperoleh yaitu berupa gambaran umum perusahaan..

2. Data Kuantitatif

Data yang diukur dalam suatu skala angka. Data kuantitatif yang didapat adalah data berupa hasil kuesioner.

Dalam penelitian ini penulis memperoleh data :

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari penumpang KA Tawang Jaya atas jawaban terhadap pertanyaan dalam kuesioner yang penulis ajukan

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung yaitu dari berbagai sumber yaitu buku dan lainnya yang berhubungan dengan masalah kualitas pelayanan.

1.5.3. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono,

2006:72). Dalam penelitian ini, populasi yang diambil penulis adalah penumpang dari KA Tawang Jaya.

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2004:81). Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *non probability* sampling yang artinya pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. *non probability sampling* yang digunakan adalah teknik *purposive sampling* dan *accidental sampling* merupakan teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2004:77). Dalam penelitian ini sampel yang diambil adalah sebagian penumpang kereta api Tawang Jaya, karena responden penelitian ini tidak dapat diprediksi jumlahnya, maka penentuan sampling menurut Cooper dan Emory (1998:221) pada pengambilan sampel non probabilitas mengasumsikan bahwa populasi adalah tidak terbatas. Jadi sampel yang jumlahnya 100 sampel dari populasi 5000, secara kasar mempunyai ketetapan atau estimasi 100 sampel dari 200 juta populasi, sehingga sampel yang digunakan adalah sebanyak 100 responden.

Pertimbangan penulis dalam pemilihan sampel pelanggan adalah :

- a. Pelanggan atau pengguna KA Tawang Jaya.
- b. Dapat berkomunikasi dan mau di wawancarai.
- c. Pelanggan atau penumpang yang telah menggunakan jasa KA Tawang Jaya selama 1 kali.
- d. Usia minimal 17 tahun.
- e. Langsung pada pelanggan atau penumpang yang bersangkutan yang sedang melakukan transaksi pembelian, pemesanan tiket, menunggu datangnya kereta dan menggunakan jasa di dalam kereta.

1.5.4. Metode Pengumpulan Data

- a. Metode Wawancara

Metode wawancara adalah pengumpulan dengan melakukan tanya jawab langsung dengan pihak yang bersangkutan untuk memperoleh gambaran yang jelas. Dengan metode ini penelitian dapat memperoleh informasi yang terkait dengan kualitas pelayanan KA Tawang Jaya.

- b. Kuesioner

Proses pengumpulan data dengan memberikan daftar pertanyaan (kuesioner) kepada responden, untuk kemudian diisi ditempat kuesioner penelitian. Dalam pengisian kuesioner peneliti mendampingi penumpang yang dijadikan responden sesuai kriteria sampel dengan maksud untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang sewaktu-waktu dapat ditanyakan responden.

c. Metode Observasi

Metode Observasi adalah dengan cara mengamati secara langsung dan melakukan pencatatan secara cermat sistematis atas gejala-gejala yang diteliti. Metode ini merupakan tindak lanjut dari metode wawancara yang telah dilakukan sebelumnya untuk melihat sejauh mana data yang didapatkan sesuai dengan yang terjadi di lapangan.

d. Studi Pustaka

Studi Pustaka adalah suatu cara pengumpulan data yang mempelajari berbagai literatur-literatur yang berkaitan untuk memperoleh teori-teori yang relevan dengan penelitian.

1.5.5. Skala Pengukuran

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan skala Likert, yaitu skala yang digunakan untuk mengukur persepsi, sikap atau pendapat seseorang terhadap peristiwa atau fenomena sosial berdasarkan definisi operasional yang telah ditetapkan oleh peneliti. Skala tersebut dikembangkan oleh R.Likert dengan menggunakan skala ordinal, skoring, atau jawaban responden terhadap 6 (enam) dimensi kualitas pelayanan dengan jawaban sangat baik, baik, Agak Tidak Baik, agak baik, tidak baik, sangat tidak baik. Penilaian tersebut diberikan bobot atau nilai sebagai berikut :

- a. Jawaban sangat baik diberi bobot 6, berarti responden memberi penilaian sangat baik.

- b. Jawaban baik diberi bobot 5, berarti responden memberikan penilaian baik.
- c. Jawaban cukup baik diberi bobot 4, berarti responden memberikan penilaian cukup baik.
- d. Jawaban agak tidak baik diberi bobot 3, berarti responden memberi penilaian tidak baik.
- e. Jawaban tidak baik diberi bobot 2, berarti responden memberi penilaian tidak baik.
- f. Jawaban sangat tidak baik diberi bobot 1, berarti responden memberi penilaian sangat tidak baik.

1.5.6. Teknik Pengolahan Data

1. Pengeditan (*Editing*)

Adapun langkah pengolahan data dalam penelitian dimana penelitian mengkoreksi data yang diperoleh dari kuesioner untuk melengkapi kejelasan dan relevansinya.

2. Pemberian Kode (*Coding*)

Adalah usaha mengklasifikasikan jawaban responden menurut jenisnya dengan memberikan kode-kode atau jawaban tertentu.

3. Tabulasi

Adalah proses pemindahan data setelah proses pengkodean ke dalam tabel-tabel, sehingga data lebih ringkas dan bersifat merangkum sesuai dengan yang diinginkan.

1.5.7. Analisis Data

Dalam menganalisis data penelitian ini digunakan metode deskriptif kuantitatif dengan tabel frekuensi untuk mengetahui sejauh mana kualitas kinerja pelayanan PT. Kereta Api Indonesia DAOP IV Semarang pada pengguna jasa kereta api Tawang Jaya.