

BAB III

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN
KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

(Studi pada Penumpang KA Kaligung PT KAI Daop IV Semarang)

Pada bab ini disajikan gambaran data penelitian yang diperoleh dari jawaban responden. Penyajian data diolah menggunakan Microsoft Excel dan SPSS for windows 21 version. Data tersebut diperoleh melalui wawancara dengan menggunakan kuesioner kepada 100 responden. Responden merupakan penggunaan jasa KA Kaligung. Data hasil penelitian dijabarkan menggunakan analisis data deskriptif untuk menggambarkan kondisi jawaban responden untuk masing – masing variabel.

Hasil jawaban ini diperoleh dari jawaban responden yang di sebar melalui kuesioner. Proses pengolahan data dilakukan terlebih dahulu melalui pengujian instrumen penelitian yang digunakan sebagai kesatuan langkah dalam pengujian hipotesis. Pengujian tersebut antara lain uji validitas dan reliabilitas. Dari pengujian itu akan dipaparkan interpretasi hasil penelitian melalui analisis tabel distribusi. Selanjutnya pengujian uji korelasi, uji regresi linier sederhana, uji koefisien determinasi, dan uji signifikansi dilakukan untuk menguji hipotesis yang sudah dirumuskan. Setelah diketahui semua hasil pengolahan data, selanjutnya akan dibahas kesimpulan yang didasarkan pada hasil analisis tersebut. Variabel Bebas (Independent Variable) Kualitas Layanan (X), Variabel Terikat (Dependent Variable) Loyalitas pelanggan (Y), Variabel Intervening Kepuasan Pelanggan (Z).

3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

Penelitian ini menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas dalam proses pengolahan data. Uji validitas dan uji reliabilitas diharuskan karena instrumen dalam kuesioner harus valid dan reliabel sehingga hasil yang diperoleh dalam penelitian pun dapat valid dan reliabel.

Uji validitas dalam proses analisis data bertujuan untuk mengetahui valid atau tidaknya instrumen penelitian tersebut. Valid diartikan bahwa instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Reliabel diartikan jika instrumen tersebut digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama dapat menghasilkan data yang sama pula atau disebut juga uji konsistensi variabel. Hasil uji validitas dan uji reliabilitas dari indikator-indikator dalam penelitian ini menggunakan SPSS (Statistical Program for Social Science) for windows 21 version.

3.1.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan suatu instrumen (alat ukur/indikator). Valid dapat diartikan instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Hasil instrumen dapat dikatakan valid apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti (Sugiyono, 2010:172). Pengujian instrumen menggunakan 100 responden sebagai sampel dengan tujuan tiap pernyataan dalam kuesioner benar-benar memiliki tingkat validitas yang dapat diandalkan karena nilai r tabel yang dimaksud cukup tinggi.

Tujuan uji validitas adalah untuk meyakinkan apakah masing-masing indikator dapat mengukur variabel sebelum dibahas.

Uji validitas menggunakan uji korelasi satu sisi maka diperoleh nilai r hitung dengan nilai r tabel untuk degree of freedom (df) = $n-2$, dengan tingkat probabilitas kesalahan 0,05. Jika nilai r hitung > nilai r tabel dan nilai r positif, maka butir-butir pernyataan dinyatakan valid. Pernyataan dikatakan tidak valid apabila r hitung < r tabel.

Pada penelitian ini sebanyak 100 responden, sehingga r tabel :

$$df = (N-2) = 100 - 2 = 98$$

Dengan probabilitas atau tingkat kepercayaan 5% sehingga dapat diketahui r tabel adalah sebesar 0,1966. Kaidah yang berlaku adalah sebagai berikut :

- a. Jika r hitung > r tabel, maka butir pernyataan tersebut valid
- b. Jika r hitung < r tabel, maka butir pernyataan tersebut tidak valid.

Berikut akan disajikan hasil perhitungan validitas untuk variabel kualitas pelayanan (X) :

Tabel 3.1
Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

No.	Item	r hitung	\approx	r tabel	Kesimpulan
1	Menawarkan keamanan di dalam gerbong kereta.	0,382	>	0,1966	VALID
2	Menawarkan kenyamanan di dalam gerbong kereta.	0,393	>	0,1966	VALID
3	Jadwal keberangkatan KA Kaligung tepat waktu	0,404	>	0,1966	VALID
4	Jadwal kedatangan KA Kaligung tepat waktu	0,401	>	0,1966	VALID
5	Petugas melayani penumpang di dalam gerbong dengan baik.	0,703	>	0,1966	VALID
6	Petugas melayani penumpang di dalam gerbong dengan	0,670	>	0,1966	VALID

No.	Item	r hitung	≈	r tabel	Kesimpulan
	cepat.				
7	Petugas cepat dalam menanggapi keluhan penumpang.	0,637	>	0,1966	VALID
8	Petugas mampu memberikan rasa aman kepada penumpang.	0,652	>	0,1966	VALID
9	Petugas mampu memberikan rasa nyaman kepada penumpang.	0,778	>	0,1966	VALID
10	Petugas mampu melayani penumpang dengan senyum dan sopan.	0,645	>	0,1966	VALID
11	Petugas menyampaikan informasi dengan akurat kepada penumpang.	0,594	>	0,1966	VALID
12	Petugas membantu penumpang ketika mengalami kesulitan.	0,610	>	0,1966	VALID
13	Kondisi fisik bagian dalam gerbong KA Kaligung baik	0,521	>	0,1966	VALID
14	Kondisi fisik bagian luar gerbong KA Kaligung baik	0,589	>	0,1966	VALID
15	Gerbong KA Kaligung terjaga kebersihannya.	0,455	>	0,1966	VALID

Sumber : data primer yang diolah tahun 2019

Berdasarkan Tabel 3.1 dapat diketahui bahwa angka r hitung pada semua item yang digunakan untuk mengukur variabel kualitas pelayanan (X) lebih besar dari angka r tabel sebesar 0,1966 atau dengan kata lain r hitung > r tabel. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa semua item yang digunakan untuk mengukur variabel kualitas pelayanan (X) adalah valid yaitu semua indikator dapat digunakan untuk menanyakan atau mengukur variabel kualitas pelayanan.

Adapun hasil perhitungan validitas untuk variabel kepuasan konsumen (Z) dapat dilihat pada Tabel 3.2 berikut ini :

Tabel 3.2
Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen

No.	Item	r hitung	≈	r tabel	Kesimpulan
1	Merasa puas dengan produk yang diberikan KA Kaligung.	0,597	>	0,1966	VALID
2	Merasa puas dengan pelayanan yang diberikan KA Kaligung.	0,791	>	0,1966	VALID
3	Kualitas pelayanan yang diberikan KA Kaligung sesuai dengan harapan.	0,761	>	0,1966	VALID
4	Kualitas pelayanan yang diberikan KA Kaligung memenuhi kebutuhan.	0,679	>	0,1966	VALID

Sumber : data primer yang diolah tahun 2019

Berdasarkan Tabel 3.2 dapat diketahui bahwa angka r hitung pada semua item yang digunakan untuk mengukur variabel kepuasan konsumen (Z) lebih besar dari angka r tabel sebesar 0,1966 atau dengan kata lain r hitung > r tabel. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa semua item yang digunakan untuk mengukur variabel kepuasan konsumen (Z) adalah valid yaitu semua indikator dapat digunakan untuk menanyakan atau mengukur variabel kepuasan konsumen.

Kemudian hasil perhitungan validitas untuk variabel loyalitas pelanggan (Y) dapat dilihat pada Tabel 3.3 berikut ini :

Tabel 3.3
Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan

No.	Item	r hitung	≈	r tabel	Kesimpulan
1	Memiliki keinginan untuk melakukan pembelian ulang pada KA Kaligung.	0,363	>	0,1966	VALID
2	Merasa tarif yang ditawarkan KA Kaligung dapat diterima.	0,510	>	0,1966	VALID
3	Bersedia merekomendasikan KA Kaligung kepada orang lain	0,600	>	0,1966	VALID

Sumber : data primer yang diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 3.3 dapat diketahui bahwa angka r hitung pada semua item yang digunakan untuk mengukur variabel loyalitas pelanggan (Y) lebih besar dari angka r tabel sebesar 0,1966 atau dengan kata lain r hitung $>$ r tabel. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa semua item yang digunakan untuk mengukur variabel loyalitas pelanggan (Y) adalah valid yaitu semua indikator dapat digunakan untuk menanyakan atau mengukur variabel loyalitas pelanggan.

3.1.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Reliabilitas memiliki pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan dalam mengumpulkan data karena instrumen tersebut sudah dinilai baik untuk digunakan. Kuesioner akan dikatakan reliabel apabila jawaban–jawaban yang diberikan oleh responden pada pernyataan–pernyataan yang diajukan dapat konsisten dan stabil dari waktu ke waktu (Sugiyono, 2010:172). Tujuan uji reliabilitas adalah untuk meyakinkan apabila dilakukan pengukuran ulang dengan menggunakan indikator yang sama, hasilnya tidak berubah-ubah.

Dalam penelitian ini menggunakan SPSS yang memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha (α). Kaidah–kaidah dalam pengambilan keputusan untuk melakukan uji reliabilitas adalah sebagai berikut :

1. Jika angka Cronbach Alpha melebihi 0,60 (Cronbach Alpha $>$ 0,60) maka, dapat diartikan bahwa variabel tersebut reliabel.

2. Jika angka Cronbach Alpha kurang dari 0,60 (Cronbach Alpha < 0,60) maka, dapat diartikan bahwa variabel tersebut tidak reliabel.

Berikut ini merupakan tabel pengujian reliabilitas untuk variabel kualitas pelayanan (X), kepuasan konsumen (Z), dan loyalitas pelanggan (Y) :

Tabel 3.4
Uji Reliabilitas Variabel

Variabel	Nilai Cronbach Alpha	≈	Kesimpulan
Kualitas Pelayanan	0,890	0,6	Reliabel
Kepuasan Konsumen	0,857	0,6	Reliabel
Loyalitas Pelanggan	0,669	0,6	Reliabel

Sumber : data primer yang diolah tahun 2019

Berdasarkan Tabel 3.4 dapat diketahui bahwa nilai Cronbach Alpha dari keseluruhan variabel lebih besar dari 0,6. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini reliabel, yang berarti kesamaan data dalam waktu yang berbeda dan data yang dihasilkan adalah akurat.

3.2 Analisis dan Interpretasi Hasil Penelitian

3.2.1. Persepsi Responden Pada Kualitas Pelayanan

Dari sudut pandang konsumen, kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan jasa digunakan sebagai indikator nilai bilamana konsumen akan menggunakan jasa perusahaan tersebut. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari 14 indikator, yaitu keamanan didalam gerbong KA Kaligung, Kenyamanan di dalam gerbong KA Kaligung, keberangkatan KA Kaligung, kedatangan KA Kaligung, pelayanan petugas didalam gerbong KA Kaligung daam melayani penumpang, kecepatan petugas gerbong KA Kaligung dalam melayani penumpang, kecepatan petugas dalam menanggapi keluhan penumpang KA Kaligung, kemampuan petugas PT KAI memberikan rasa nyaman dan aman

kepada setiap penumpang di stasiun maupun di dalam gerbong KA Kaligung, kemampuan petugas PT KAI melayani penumpang KA Kaligung dengan senyum sapa di dalam kereta api, penyampaian informasi yang akurat kepada penumpang KA Kaligung, petugas KA Kaligung membantu penumpang yang sedang mengalami kesulitan, kondisi fisik dalam gerbong KA Kaligung, kondisi fisik luar gerbong KA Kaligung, kebersihan gerbong KA Kaligung dan Fasilitas pada KA kaligung. Adapun tanggapan responden terhadap indikator-indikator variabel ini adalah sebagai berikut:

3.2.1.1 Keamanan di Dalam Gerbong KA Kaligung

Persepsi kewanaman adalah penciptaan bebas bahaya dalam gerbong KA Kaligung melalui pelayanan yang diberikan oleh petugas gerbong terhadap penumpang agar merasakan terjamin keadaan yang kondusif dalam kereta. Adapun tanggapan dari responden mengenai keamanan didalam gerbong KA Kaligung dapat dilihat pada Tabel 3.5 di bawah ini:

Tabel 3.5
Keamanan di Dalam Gerbong KA Kaligung

No	Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Aman	42	42
2	Aman	49	49
3	Netral	8	8
4	Tidak Aman	1	1
5	Sangat Tidak Aman	0	0
	Total	100	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 3.5 diatas dapat dilihat bahwa terdapat 49% responden memilih aman, 42% responden memilih sangat aman karena fasilitas tertata dengan baik, dari segi keamanan juga sudah baik, adanya alat pemecah kaca beberapa sisi jendela yang tentunya akan sangat membantu para penumpang pada

saat mengalami kecelakaan serta adanya kamera CCTV di setiap gerbong kereta untuk petugas keamanan juga sudah baik dalam bertugas selalu siap ketika dibutuhkan. dan 8% responden memilih netral. Sedangkan ada 1% responden memilih sangat tidak aman hal ini di sebabkan masih adanya barang yang hilang dan kereta mogok. Namun sebagian besar responden berpendapat keamanan yang diberikan oleh petugas gerbong KA Kaligung sudah sesuai dengan yang diharapkan.

3.2.1.2 Kenyamanan di Dalam Gerbong KA Kaligung

Persepsi kenyamanan adalah perasaan senang dan nyaman penumpang dalam mengkonsumsi atau menggunakan jasa dalam hal ini merasakan kesenangan dalam menggunakan jasa layanan kereta api. Adapun tanggapan dari responden mengenai kenyamanan di dalam gerbong KA Kaligung dapat dilihat pada Tabel 3.6 di bawah ini:

Tabel 3.6
Kenyamanan di Dalam Gerbong KA Kaligung

No	Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Nyaman	39	39
2	Nyaman	42	42
3	Netral	14	14
4	Tidak Nyaman	4	4
5	Sangat Tidak Nyaman	1	1
	Total	100	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 3.6 diatas dapat dilihat bahwa terdapat 42% responden memilih nyaman, 39% responden memilih sangat nyaman dan 14% responden memilih netral, 4% responden memilih tidak nyaman, dan 1% responden memilih sangat tidak nyaman hal ini di sebabkan karena space pada tempat duduk terlalu

sempit, ac terlalu dingin dan toilet kotor. Namun sebagian besar responden berpendapat kenyamanan dalam gerbong KA Kaligung baik dan bersih serta posisi tempat duduk yang tidak terlalu tegak sehingga membuat penumpang nyaman.

3.2.1.3 Keberangkatan KA Kaligung

Persepsi keberangkatan KA kaligung adalah harapan keberangkatan yang sesuai dengan yang sudah terjadwal. Dengan tepatnya jadwal keberangkatan kereta maka semakin baiknya kualitas layanan perusahaan dan meyakinkan penumpang dengan kualitas layanan yang dijanjikan perusahaan. Adapun tanggapan dari responden mengenai keberangkatan KA Kaligung dapat dilihat pada Tabel 3.7 di bawah ini:

Tabel 3.7
Keberangkatan KA Kaligung

No	Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Tepat	51	51
2	Tepat	37	37
3	Netral	9	9
4	Tidak Tepat	2	2
5	Sangat Tidak Tepat	1	1
	Total	100	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 3.7 di atas dapat dilihat bahwa terdapat 51% responden memilih sangat tepat waktu, 37% responden memilih tepat waktu, 9% responden memilih netral, 2% responden memilih tidak tepat waktu dan 1% responden memilih sangat tidak tepat waktu karena hal ini disebabkan masih ada kendala teknis akibat dari mesin kereta yang bermasalah, kecelakaan pada rangkaian kereta, ataupun pergantian jadwal secara mendadak sehingga terjadi

keterlambatan. Namun sebagian besar responden berpendapat keberangkatan KA Kaligung sudah tepat waktu dan sesuai jadwal yang tertera pada tiket maupun board.

3.2.1.4 Kedatangan KA Kaligung

Persepsi kedatangan adalah harapan datangnya kereta yang sesuai jadwal kedatangan yang sudah ditetapkan sebelumnya. Dengan kereta yang datang tepat waktu akan semakin menambah rasa puas penumpang. Kedatangan yang tepat waktu juga akan membuat penumpang tidak menunggu lama. Adapun tanggapan dari responden mengenai kedatangan KA Kaligung dapat dilihat pada Tabel 3.8 di bawah ini:

Tabel 3.8
Kedatangan KA Kaligung

No	Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Tepat	44	44
2	Tepat	43	43
3	Netral	10	10
4	Tidak Tepat	2	2
5	Sangat Tidak Tepat	1	1
	Total	100	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 3.8 di atas dapat dilihat bahwa terdapat 44% responden memilih sangat tepat, 43% responden memilih tepat sesuai jadwal dan 10% responden memilih netral. Sedangkan ada 2% responden memilih tidak tepat dan 1% responden memilih sangat tidak tepat hal ini di sebabkan masih terjadi kedatangan terlambat sekitar 10-15 menit. Namun sebagian besar responden berpendapat kedatangan KA Kaligung tepat waktu sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan.

3.2.1.5 Pelayanan Petugas di Dalam Gerbong KA Kaligung dalam Melayani Penumpang

Persepsi pelayanan petugas dalam gerbong yaitu harapan penumpang mendapatkan layanan yang memuaskan dari petugas di dalam gerbong kereta atas dasar kepercayaan yang telah diberikan penumpang terhadap PT KAI pada KA Kaligung. Adapun tanggapan dari responden mengenai pelayanan petugas di dalam gerbong KA Kaligung dalam melayani penumpang dapat dilihat pada tabel 3.9 :

Tabel 3.9
Pelayanan Petugas di Dalam Gerbong KA Kaligung dalam Melayani Penumpang

No	Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Baik	43	43
2	Baik	46	46
3	Netral	10	10
4	Tidak Baik	1	1
5	Sangat Tidak Baik	0	0
	Total	100	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 3.9 di atas dapat dilihat bahwa terdapat 46% responden memilih baik, 43% responden memilih sangat baik dalam melayani penumpang dan 10% responden memilih netral sedangkan ada 1% responden memilih tidak baik hal ini di sebabkan masih ada pegawai yang tidak memperhatikan penumpang yang sedang membutuhkan bantuan seperti dalam membuka pintu gerbong kereta dan membawakan barang bawaan penumpang. Namun sebagian besar responden menganggap petugas dalam gerbong KA Kaligung sudah bekerja dengan maksimal untuk melayani penumpang.

3.2.1.6 Kecepatan Petugas Gerbong KA Kaligung dalam Melayani

Penumpang

Kecepatan dalam memberikan pelayanan yaitu petugas melayani sesuai dengan apa yang seharusnya dikerjakan. Melayani secara cepat saja tidak cukup. Ketepatan dalam melayani juga penting. Pelanggan akan memberikan nilai lebih jika kita bisa melayani dengan cepat dan tepat. Adapun tanggapan dari responden mengenai kecepatan petugas gerbong KA Kaligung dalam melayani penumpang dapat dilihat pada Tabel 3.10 di bawah ini:

Tabel 3.10
Kecepatan Petugas Gerbong KA Kaligung dalam Melayani Penumpang

No	Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Cepat	26	26
2	Cepat	50	50
3	Netral	20	20
4	Tidak Cepat	4	4
5	Sangat Tidak Cepat	0	0
	Total	100	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 3.10 diatas dapat dilihat bahwa terdapat 50% responden memilih cepat, 26% responden memilih sangat cepat dalam melayani, 20% responden memilih netral sedangkan ada 4% responden memilih tidak cepat hal ini di sebabkan petugas terkadang lambat dalam melayani dan pesanan makanan datang cukup lama. Namun sebagian besar responden berpendapat kecepatan petugas gerbong sudah baik dengan merespon segala keluhan dan masalah yang terjadi selama perjalanan kereta api.

3.2.1.7 Kecepatan Petugas dalam Menanggapi Keluhan Penumpang KA

Kaligung

Kecepatan dalam memberikan pelayanan yaitu petugas melayani sesuai dengan apa yang seharusnya dikerjakan. Melayani secara cepat saja tidak cukup. Ketepatan dalam melayani juga penting. Ketepatan petugas dalam menanggapi keluhan penumpang menjadi hal khusus yang harus dimiliki petugas yang diharapkan memberikan solusi atas keluhan penumpang. Adapun tanggapan dari responden mengenai kecepatan petugas dalam menanggapi keluhan penumpang KA Kaligung dapat dilihat pada Tabel 3.11 :

Tabel 3.11
Kecepatan Petugas dalam Menanggapi Keluhan Penumpang KA Kaligung

No	Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Cepat	27	27
2	Cepat	51	51
3	Netral	15	15
4	Tidak Cepat	7	7
5	Sangat Tidak Cepat	0	0
	Total	100	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 3.11 di atas dapat dilihat bahwa terdapat 51% responden memilih cepat, 27% responden memilih sangat cepat dan 15% responden memilih netral. Sedangkan ada 7% responden memilih tidak cepat. Responden berpendapat bahwa petugas cepat dalam menanggulangi keluhan dan memberikan solusi dengan segera, hal ini disebabkan penumpang kurang mendapatkan informasi mengenai alur dalam memberikan kritik dan saran, dan kurangnya evaluasi pada petugasnya sendiri.

3.2.1.8 Kemampuan Petugas PT KAI Memberikan Rasa Aman Kepada Setiap Penumpang KA Kaligung

Kemampuan petugas PT KAI memberikan rasa aman adalah kesanggupan petugas menjaga keamanan di stasiun dan di dalam gerbong kereta. Sehingga menciptakan penumpang yang bebas dari bahaya yang akhirnya membuat penumpang merasakan mendapatkan perlindungan dari petugas PT KAI. Adapun tanggapan dari responden mengenai kemampuan petugas PT KAI memberikan rasa aman kepada setiap penumpang di stasiun dan di dalam KA Kaligung dapat dilihat pada Tabel 3.12 di bawah ini:

Tabel 3.12
Kemampuan Petugas Memberikan Rasa Aman kepada Setiap Penumpang di Stasiun dan di Dalam KA Kaligung

No	Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Aman	36	36
2	Aman	46	46
3	Netral	17	17
4	Tidak Aman	1	1
5	Sangat Tidak Aman	1	1
	Total	100	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 3.12 diatas dapat dilihat bahwa terdapat 46% responden memilih aman, 36% responden memilih sangat aman dan 17% responden memilih netral. Sedangkan ada 1% responden memilih tidak aman dan 1% responden memilih sangat tidak nyaman. Responden berpendapat belum ada petugas keamanan di setiap gerbong dan kurangnya controlling oleh petugas keamanan. Akan tetapi sebagian besar responden berpendapat petugas PT KAI mempunyai kemampuan dalam menjaga keamanan di stasiun dan di gerbong KA.

3.2.1.9 Kemampuan Petugas PT. KAI Memberikan Rasa Nyaman Kepada Setiap Penumpang KA Kaligung

Kemampuan petugas PT KAI memberikan rasa nyaman kepada penumpang yaitu kinerja petugas memberikan pelayanan kepada penumpang secara efektif dan efisien agar penumpang mendapatkan realita atas harapannya ketika menggunakan jasa PT KAI pada KA Kaligung. Adapun tanggapan dari responden mengenai kemampuan petugas PT KAI memberikan rasa nyaman kepada setiap penumpang di stasiun dan di dalam KA Kaligung dapat dilihat pada Tabel 3.13 :

Tabel 3.13
Kemampuan Petugas PT KAI Memberikan Rasa Nyaman kepada Setiap Penumpang di Stasiun dan di Dalam KA Kaligung

No	Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Nyaman	34	34
2	Nyaman	51	51
3	Netral	13	13
4	Tidak Nyaman	2	2
5	Sangat Tidak Nyaman	0	0
	Total	100	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 3.13 di atas dapat dilihat bahwa terdapat 51% responden memilih nyaman, 34% responden memilih sangat nyaman dan 13% responden memilih netral. Sedangkan ada 2% responden memilih tidak nyaman. Responden berpendapat petugas tidak memberikan pelayanan apapun yang bersangkutan terhadap kenyamanan. Namun sebagian besar responden berpendapat bahwa petugas KA Kaligung bekerja sesuai dengan tugasnya sehingga penumpang merasakan kenyamanan dalam melakukan perjalanan menggunakan KA Kaligung.

3.2.1.10 Kemampuan Petugas PT.KAI Melayani Penumpang KA Kaligung dengan Senyum dan Sopan di Dalam Kereta Api

Senyum dan kesopanan yang diberikan petugas menjadi salah satu indikator kualitas layanan yang baik. Oleh karenanya persepsi kemampuan petugas melayani dengan senyum dan sopan menjadi nilai tambah ketertarikan penumpang menggunakan jasa layanan perusahaan kembali di lain waktu. Adapun tanggapan dari responden mengenai kemampuan petugas PT KAI melayani penumpang KA Kaligung dengan senyum dan sopan dapat dilihat pada Tabel 3.14 di bawah ini:

Tabel 3.14
Kemampuan Petugas PT KAI Melayani Penumpang KA Kaligung dengan Senyum dan Sopan di Dalam Kereta Api

No	Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Ramah	44	44
2	Ramah	44	44
3	Netral	11	11
4	Tidak Ramah	1	1
5	Sangat Tidak Ramah	0	0
	Total	100	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 3.14 diatas dapat dilihat bahwa terdapat 44% responden memilih sangat ramah, 44% responden memilih ramah dan 11% responden memilih netral. Sedangkan ada 1% responden yang memilih tidak ramah. Responden berpendapat masih ada petugas yang terlalu kaku dan acuh kepada penumpang. Namun sebagian besar responden berpendapat petugas melayani dengan baik dan ramah murah senyum dan disapa ketika bertatap muka.

3.2.1.11 Penyampaian Informasi yang Akurat kepada Penumpang KA

Kaligung

Persepsi penyampaian informasi yang akurat adalah kesesuaian informasi yang diberikan oleh informan kepada penerima informasi, informasi yang akurat dibutuhkan agar tidak terjadi kesalahpahaman antara kedua pihak yang berkomunikasi, dalam hal ini adalah informasi yang diberikan PT KAI terhadap penumpangnya yaitu informasi mengenai jasa layanan yang diberikan kepada penumpang Kereta Api agar tidak terjadi kesalahpahaman antara PT KAI dan penumpangnya. Adapun tanggapan dari responden mengenai penyampaian informasi akurat kepada penumpang KA Kaligung dapat dilihat pada Tabel 3.15 :

Tabel 3.15
Penyampaian Informasi yang Akurat kepada Penumpang KA Kaligung

No	Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Akurat	43	43
2	Akurat	43	43
3	Netral	11	11
4	Tidak Akurat	3	3
5	Sangat Tidak Akurat	0	0
	Total	100	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 3.15 di atas dapat dilihat bahwa terdapat 43% responden memilih sangat akurat, 43% responden memilih akurat dan 11% responden memilih netral. Sedangkan ada 3% responden memilih tidak akurat. Namun sebagian besar responden berpendapat informasi yang diberikan PT KAI kepada penumpang akurat dengan penyampaiannya melalui media yang disediakan PT KAI.

3.2.1.12 Petugas KA Kaligung Membantu Penumpang Yang Sedang

Mengalami Kesulitan

Persepsi petugas KA Kaligung membantu penumpang adalah kesiapan siagaan petugas KA Kaligung dalam merespon kesulitan yang sedang dihadapi penumpang ketika melakukan perjalanan dengan menggunakan jasa KA Kaligung. Penumpang akan merasakan kepuasan ketika petugas KA merespon dengan baik kesulitan yang dihadapi penumpang. Adapun tanggapan dari responden mengenai petugas KA Kaligung membantu penumpang yang sedang mengalami kesulitan dapat dilihat pada Tabel 3.16 di bawah ini:

Tabel 3.16
Petugas KA Kaligung Membantu Penumpang yang Sedang Mengalami Kesulitan

No	Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Baik	38	38
2	Baik	50	50
3	Netral	10	10
4	Tidak Baik	2	2
5	Sangat Tidak Baik	0	0
	Total	100	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 3.16 di atas dapat dilihat bahwa terdapat 50% responden memilih baik, 38% responden memilih sangat baik dan 10% responden memilih netral sedangkan ada 2% responden. Responden berpendapat petugas kurang membantu penumpang khususnya lansia untuk membantu barang bawaan. Namun sebagian besar responden berpendapat petugas merespon dengan baik kesulitan yang dihadapi penumpang KA Kaligung dengan membantu menemukan seat penumpang, nomor gerbong dan jam keberangkatan dan kedatangan kereta.

3.2.1.13 Kondisi Fisik Dalam Gerbong KA Kaligung

Layout produk menjadi sangat penting untuk memberi kesan pertama terhadap konsumen yang ingin menggunakan jasa perusahaan. Persepsi kondisi fisik dalam gerbong KA Kaligung adalah keadaan yang ideal dari dalam gerbong kereta yang menggambarkan kualitas layanan yang diberikan PT KAI kepada penumpangnya. Sehingga ketika kondisi dalam gerbong yang menarik dan nyaman akan meningkatkan minat penumpang untuk menggunakan jasa kereta api dan menambah citra yang baik terhadap KA tersebut. Adapun tanggapan dari responden mengenai kondisi fisik luar gerbong KA Kaligung dapat dilihat pada tabel 3.17 :

Tabel 3. 17
Kondisi Fisik Dalam Gerbong KA Kaligung

No	Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Baik	44	44
2	Baik	41	41
3	Netral	12	12
4	Tidak Baik	3	3
5	Sangat Tidak Baik	0	0
	Total	100	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 3.17 di atas dapat dilihat bahwa terdapat 44% responden memilih sangat baik, 41% responden memilih baik dan 12% responden memilih netral. Sedangkan ada 3% memilih tidak baik dan tidak ada responden memilih sangat tidak baik. Responden berpendapat tempat duduk yang terlalu sempit, toilet kurang nyaman dan kurang bersih, serta masih ada ac yang bocor. Namun sebagian besar responden berpendapat layout dalam gerbong KA

Kaligung baik dan nyaman dibanding dengan KA penumpang yang lain karena fasilitas yang lengkap dan layout seat yang nyaman karena tidak berhadapan.

3.2.1.14 Kondisi Fisik Luar Gerbong KA Kaligung

Layout produk menjadi sangat penting untuk memberi kesan pertama terhadap konsumen yang ingin menggunakan jasa perusahaan. Persepsi kondisi fisik luar gerbong KA Kaligung adalah keadaan yang ideal dari gerbong kereta yang menggambarkan kualitas layanan yang diberikan PT KAI kepada penumpangnya. Sehingga ketika kondisi luar gerbong yang menarik akan meningkatkan minat penumpang untuk menggunakan jasa kereta api dan menambah citra yang baik terhadap KA tersebut. Adapun tanggapan dari responden mengenai kondisi fisik luar gerbong KA Kaligung dapat dilihat pada Tabel 3.18 :

Tabel 3.18
Kondisi Fisik Luar Gerbong KA Kaligung

No	Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Baik	43	19
2	Baik	42	64
3	Netral	13	16
4	Tidak Baik	2	0
5	Sangat Tidak Baik	0	1
	Total	100	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 3.18 di atas dapat dilihat bahwa terdapat 43% responden memilih sangat baik, 42% responden memilih baik dan 13% responden memilih netral. Sedangkan ada 2% memilih sangat tidak baik dan tidak ada responden memilih tidak baik. Namun sebagian besar responden beranggapan

kondisi fisik luar gerbong sama saja dengan gerbong KA penumpang yang lain yang cukup menarik dan baik.

3.2.1.15 Kebersihan Gerbong KA Kaligung

Kebersihan adalah keadaan bebas dari kotoran yang mengganggu kenyamanan. Kebersihan gerbong perlu dijaga untuk meningkatkan kenyamanan penumpang. Persepsi kebersihan gerbong adalah keadaan gerbong KA Kaligung yang bersih dan bebas dari kotoran yang mengganggu kenyamanan penumpang KA Kaligung. Bukti terjaganya kebersihan adalah tidak adanya kotoran dan tersedianya tempat kotoran yang memadai. Adapun tanggapan dari kebersihan gerbong KA Kaligung dapat dilihat pada Tabel 3.19 di bawah ini:

Tabel 3.19
Kebersihan Gerbong KA Kaligung

No	Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Bersih	45	45
2	Bersih	44	44
3	Netral	10	10
4	Tidak Bersih	1	1
5	Sangat Tidak Bersih	0	0
	Total	100	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 3.19 di atas dapat dilihat bahwa terdapat 45% responden memilih sangat bersih, 44% responden memilih bersih dan 10% responden memilih netral. Sedangkan ada 1% memilih tidak bersih dan tidak ada responden yang memilih sangat tidak bersih. Namun sebagian besar responden berpendapat lingkungan gerbong KA Kaligung terjaga kebersihannya karena disiplinnya petugas kebersihan dalam gerbong KA Kaligung, hanya saja ada

responden yang berpendapat kurang nyaman dengan kondisi toilet yang kurang terjaga kebersihannya terutama ketika kereta dengan jadwal siang.

3.2.1.16 Rekapitulasi Penilaian Responden mengenai Kualitas Pelayanan

Setelah data-data yang digali melalui indikator variabel kualitas pelayanan diketahui, berikut ini akan disajikan tabel rekapitulasi penilaian responden mengenai variabel kualitas pelayanan. Rekapitulasi penilaian responden dilakukan untuk mengetahui secara jelas butir pernyataan mana yang memiliki nilai di atas rata-rata dan butir pernyataan mana yang memiliki nilai di bawah rata-rata. Hasil rekapitulasi penilaian ini dapat dijadikan dasar bagi peneliti dalam memberikan saran yang tepat sesuai dengan aspek-aspek yang perlu dipertahankan atau ditingkatkan. Pada Tabel 3.20, disajikan rekapitulasi penilaian responden mengenai variabel kualitas pelayanan :

Tabel 3.20
Rekapitulasi Jawaban Responden mengenai Variabel Kualitas Pelayanan

No	Item Pernyataan	Jumlah Responden	Skor										Skor Total	Mean
			5		4		3		2		1			
			F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
1	KP 1	100	42	42	49	49	8	8	1	1	0	0	432	4,32
2	KP 2	100	39	39	42	42	14	14	4	4	1	1	414	4,14
3	KP 3	100	51	51	37	37	9	9	2	2	1	1	435	4,35
4	KP 4	100	44	44	43	43	10	10	2	2	1	1	427	4,27
5	KP 5	100	43	43	46	46	10	10	1	1	0	0	431	4,31
6	KP 6	100	26	26	50	50	20	20	4	4	0	0	392	3,92
7	KP 7	100	27	27	51	51	15	15	7	7	0	0	398	3,98
8	KP 8	100	36	36	46	46	17	17	1	1	0	0	417	4,17
9	KP 9	100	34	34	51	51	13	13	2	2	0	0	417	4,17
10	KP 10	100	44	44	44	44	11	11	1	1	0	0	431	4,31
11	KP 11	100	43	43	43	43	11	11	3	3	0	0	426	4,26
12	KP 12	100	38	38	50	50	10	10	2	2	0	0	424	4,24
13	KP 13	100	44	44	41	41	12	12	3	3	0	0	426	4,26
14	KP 14	100	43	43	42	42	13	13	2	2	0	0	426	4,26
15	KP 15	100	45	45	44	44	10	10	1	1	0	0	433	4,33
Mean Skor Variabel													4,22	

KP 1 = Menawarkan keamanan di dalam gerbong kereta.
KP 2 = Menawarkan kenyamanan di dalam gerbong kereta.
KP 3 = Keberangkatan tepat waktu.
KP 4 = Kedatangan tepat waktu.
KP 5 = Pelayanan petugas
KP 6 = Kecepatan petugas
KP 7 = Menanggapi keluhan
KP 8 = Memberikan rasa aman
KP 9 = Memberikan rasa nyaman
KP 10 = Melayani penumpang dengan senyum dan sopan
KP 11 = Menyampaikan informasi yang akurat
KP 12 = Membantu penumpang
KP 13 = Kondisi fisik dalam gerbong
KP 14 = Kondisi fisik luar gerbong
KP 15 = Terjaga kebersihan

Sumber : Data primer yang diolah tahun 2019

Berdasarkan tabel 3.20 dapat diketahui bahwa nilai rata – rata skor variabel kualitas pelayanan adalah sebesar 4,22. Nilai rata - rata ini digunakan sebagai alat ukur peneliti melihat jawaban responden yang masih berada di atas rata – rata maupun dibawah rata – rata. Indikator dengan nilai rata-rata tertinggi di atas nilai rata-rata skor variabel adalah indikator KP 3 mengenai keberangkatan KA Kaligung dengan nilai rata-rata 4,35 hal ini dikarenakan ketepatan waktu keberangkatan yang sesuai yang dijadwalkan oleh PT KAI.

Sedangkan nilai rata-rata terendah di bawah nilai rata-rata skor variabel adalah indikator KP 2, KP 6, KP 7, KP 8 dn KP 9 dengan nilai rata-rata 4,14, 3,92, 3,98, 4,17 dan 4,17. Adanya nilai di bawah rata-rata pada item pernyataan KP 2, KP 6, KP 7, KP 8 dn KP 9 disebabkan karena kenyamanan penumpang di dalam gerbong, kecepatan petugas dalam melayani penumpang, kecepatan petugas dalam menanggapi penumpang, kemampuan petugas memberikan rasa aman dan kemampuan petugas melayani dengan senyum dan sopan sudah cukup baik, namun perlu ditingkatkan kembali.

3.2.1.17 Kategorisasi Variabel Kualitas Pelayanan

Untuk memberikan penilaian terhadap variabel kualitas pelayanan, maka digunakan tingkat pengukuran interval supaya dapat dikategorisasikan tingkatan persepsi responden terhadap kualitas pelayanan berdasarkan data yang diperoleh. Lebar interval (I) dapat diperoleh menggunakan rumus :

$$I = \frac{R}{K}$$

Keterangan : I = Lebar Interval

R = Rentang, yaitu nilai interval tertinggi-interval terendah

K = Jumlah interval kelas

Dalam penelitian ini, variabel kualitas pelayanan terdiri dari lima belas pernyataan dengan skor untuk masing-masing pernyataan dijumlahkan untuk mendapatkan skor gabungan agar dapat diklasifikasikan dalam lima kategori dengan kategorisasi sebagai berikut :

- | | |
|--|---|
| 1. Untuk jawaban sangat tidak baik maka skornya adalah | 1 |
| 2. Untuk jawaban tidak baik maka skornya adalah | 2 |
| 3. Untuk jawaban netral maka skornya adalah | 3 |
| 4. Untuk jawaban baik maka skornya adalah | 4 |
| 5. Untuk jawaban sangat baik maka skornya adalah | 5 |

Berdasarkan pada lampiran, dapat diketahui bahwa akumulasi dari lima belas pernyataan pada variabel kualitas pelayanan nilai interval terendahnya adalah 15 dan nilai interval tertingginya adalah 75. Dari angka ini dapat diketahui bahwa lebar interval variabel kualitas pelayanan adalah :

$$I = \frac{(15 \times 5) - (15 \times 1)}{5} = \frac{75 - 15}{5} = 12$$

Mengacu pada interval kelas tersebut, maka kategorisasi antar kelas secara akumulasi adalah :

1. Kategori sangat tidak baik maka skornya adalah : 15,00 – 27,00
2. Kategori tidak baik maka skornya adalah : >27,00 – 39,00
3. Kategori netral maka skornya adalah : >39,00 – 51,00
4. Kategori baik maka skornya adalah : >51,00 – 63,00
5. Kategori sangat baik maka skornya adalah : >63,00 – 75,00

Sesuai kategorisasi tersebut dan setelah dilakukan inventarisir skor pada tabel induk, maka diperoleh tabel komunikasi untuk variabel kualitas pelayanan (X) yaitu :

Tabel 3.21
Kategorisasi Variabel Kualitas Pelayanan

No.	Kategori	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat Baik	51	51
2	Baik	44	44
3	Netral	5	5
4	Tidak Baik	0	0
5	Sangat Tidak Baik	0	0
Total		100	100

Sumber : Data primer yang diolah tahun 2019

Berdasarkan Tabel 3.21 di atas, mayoritas responden mengkategorisasikan kualitas pelayanan KA Kaligung ke dalam kategori sangat baik (51%), baik (44%) dan netral (5%). Hal tersebut dapat terjadi karena kualitas pelayanan yang diberikan oleh petugas KA Kaligung PT KAI DAOP IV Semarang baik dalam

segi apapun, tetapi juga terdapat sedikit saran dari responden untuk melakukan beberapa perbaikan.

3.2.2. Persepsi Responden Pada Kepuasan Konsumen

Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari 4 indikator, yaitu perasaan puas dengan produk KA Kaligung, perasaan puas dengan pelayanan KA Kaligung, Kualitas pelayanan KA Kaligung sesuai dengan harapan, Kualitas pelayanan yang diberikan KA Kaligung memenuhi kebutuhan. Adapun tanggapan responden terhadap indikator-indikator variabel ini adalah sebagai berikut:

3.2.2.1 Perasaan Puas dengan Produk KA Kaligung

Perasaan puas menggunakan produk dikarenakan kualitas produk yang di tawarkan dan menerima manfaat yang sesuai dengan harapan terhadap produk tersebut perasaan puas bisa terjadi karena beberapa faktor. Seperti harga dan kualitas produk.. berikut tanggapan dari responden mengenai perasaan puas dengan produk KA Kaligung dapat dilihat pada tabel 3.22 di bawah ini:

Tabel 3. 22
Perasaan puas dengan produk KA Kaligung

No	Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Puas	36	36
2	Puas	53	53
3	Netral	9	9
4	Tidak Puas	2	2
5	Sangat Tidak Puas	0	0
	Total	100	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 3.22 di atas dapat dilihat bahwa terdapat 53% responden memilih puas, 36% responden memilih sangat puas dan 9% responden memilih netral. Sedangkan ada 2% responden memilih tidak puas hal ini di sebabkan makanan yang di jual terlalu mahal dan tidak enak.

3.2.2.2 Perasaan Puas dengan Pelayanan KA Kaligung

Kualitas pelayanan yang baik dapat memberikan dorongan kepada pelanggan untuk menjalani ikatan yang kuat dengan perusahaan . itu semua tak lepas karena kualitas pelayanan berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan. Berikut tanggapan dari responden mengenai perasaan puas dengan pelayanan KA Kaligung dapat dilihat pada tabel 3.23 di bawah ini:

Tabel 3. 23
Perasaan Puas dengan Pelayanan KA Kaligung

No	Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Puas	42	42
2	Puas	51	51
3	Netral	7	7
4	Tidak Puas	0	0
5	Sangat Tidak Puas	0	0
	Total	100	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 3.23 di atas dapat dilihat bahwa terdapat 51% responden memilih puas, 42% responden memilih sangat puas dan 7% responden memilih netral 4% sedangkan tidak ada reponden yang memilih tidak puas dan sangat tidak puas. Namun sebagian besar responden merasa puas dengan pelayanan petugas KA Kaligung baik dan nyaman dengan terjaganya kebersihan gerbong.

3.2.2.3 Kualitas Pelayanan KA Kaligung sesuai Harapan Konsumen

Baik pihak perusahaan maupun pihak konsumen pasti memiliki penilaian sendiri – sendiri sehubungan dengan kualitas pelayanan yang mereka berikan dan mereka terima, oleh karena itu perlu diketahui tingkat kesesuaian kualitas pelayanan yang perusahaan berikan dengan harapan konsumen. Berikut ini penilaian responden mengenai kesesuaian kualitas pelayanan yang diberikan dengan harapan penumpang KA Kaligung dapat dilihat pada tabel 3.24 di bawah ini:

Tabel 3. 24
Kualitas Pelayanan KA Kaligung sesuai Harapan

No	Tangapan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Sesuai	39	39
2	Sesuai	47	47
3	Netral	11	11
4	Tidak Sesuai	3	3
5	Sangat Tidak Sesuai	0	0
	Total	100	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 3.24 diatas dapat dilihat bahwa terdapat 47% responden memilih sesuai, 39% responden memilih sangat sesuai, 11% responden memilih netral, sedangkan ada 3% responden memilih tidak sesuai sebab kualitas pelayanan yang diberikan beberapa kali mengecewakan seperti kondisi di dalam gerbong kereta berisik yang cukup mengganggu penumpang. Tetapi sebagian besar responden berpendapat kualitas KA Kaligung sudah sesuai harapan karena pelayanan yang di berikan baik .

3.2.2.4 Kualitas Pelayanan KA Kaligung Memenuhi Kebutuhan

Kualitas pelayanan merupakan ukuran serapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu memenuhi kebutuhan. Jika kualitas sesuai atau bahkan melebihi ekspektasi pelanggan, maka akan terciptalah kepuasan di benak pelanggan. Berikut tanggapan responden mengenai KA kaligung memenuhi kebutuhan dapat dilihat pada tabel 3.25 di bawah ini:

Tabel 3. 25
Kualitas Pelayanan KA Kaligung Memenuhi Kebutuhan

No	Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	36	36
2	Setuju	50	50
3	Netral	12	12
4	Tidak Setuju	2	2
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		100	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 3.25 diatas dapat dilihat bahwa terdapat 50% responden memilih setuju, 43% memiliki sarana yg memadai seperti stop kontak, toilet, tempat tas, tempat minuman dll , 36% responden memilih sangat setuju karena petugas sudah cukup baik dalam melayani penumpang dan 12% responden memilih netral. Sedangkan ada 2% responden memilih tidak setuju hal ini di sebabkan masih ada yang berpendapat toilet pada KA Kaligung kurang bersih dan wangi.

3.2.2.5 Rekapitulasi Penilaian Responden mengenai Kepuasan Konsumen

Setelah data-data yang digali melalui indikator variabel kepuasan konsumen diketahui, berikut ini akan disajikan tabel rekapitulasi penilaian responden mengenai variabel kepuasan konsumen. Rekapitulasi penilaian

responden dilakukan untuk mengetahui secara jelas butir pernyataan mana yang memiliki nilai di atas rata-rata dan butir pernyataan mana yang memiliki nilai di bawah rata-rata. Hasil rekapitulasi penilaian ini dapat dijadikan dasar bagi peneliti dalam memberikan saran yang tepat sesuai dengan aspek-aspek yang perlu dipertahankan atau ditingkatkan.

Tabel 3.26
Rekapitulasi Jawaban Responden mengenai Variabel Kepuasan Konsumen

No	Item Pernyataan	Jumlah Responden	Skor										Skor Total	Mean
			5		4		3		2		1			
			F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
1	KK 1	100	36	36	53	53	9	9	2	2	0	0	423	4,23
2	KK 2	100	42	42	51	51	7	7	0	0	0	0	435	4,35
3	KK 3	100	39	39	47	47	11	11	3	3	0	0	422	4,22
4	KK 4	100	36	36	50	50	12	12	2	2	0	0	420	4,20
Mean Skor Variabel													4,25	
KK 1 = Perasaan puas dengan produk yang di berikan KA Kaligung														
KK 2 = Perasaan puas dengan pelayanan yang di berikan KA Kaligung														
KK 3 = Kualitas pelayanan sesuai harapan														
KK 4 = Kualitas pelayanan memenuhi kebutuhan														

Sumber : Data primer yang diolah tahun 2019

Berdasarkan Tabel 3.26 dapat diketahui bahwa nilai rata-rata variabel kepuasan konsumen adalah 4,25. Hal tersebut berarti responden merasa puas dengan pelayanan KA Kaligung. Item pernyataan dengan nilai rata-rata di bawah nilai rata-rata adalah item pernyataan KK 1, KK 3, dan KK 4 yaitu dengan nilai rata-rata 4,23, 4,22, dan 4,20. Adanya nilai di bawah rata-rata pada item pernyataan KK 1, KK 3, dan KK 4 disebabkan karena kualitas pelayanan dan produk yang diberikan KA Kaligung sudah memenuhi kebutuhan konsumen, namun masih perlu ditingkatkan.

3.2.2.6 Kategorisasi Variabel Kepuasan Konsumen

Untuk memberikan penilaian terhadap variabel kepuasan konsumen, maka digunakan tingkat pengukuran interval supaya dapat dikategorisasikan tingkatan persepsi responden terhadap kepuasan konsumen berdasarkan data yang diperoleh. Lebar interval (I) dapat diperoleh menggunakan rumus :

$$I = \frac{R}{K}$$

Keterangan : I = Lebar Interval

R = Rentang, yaitu nilai interval tertinggi-interval terendah

K = Jumlah interval kelas

Dalam penelitian ini, variabel kepuasan konsumen terdiri dari empat pernyataan dengan skor untuk masing-masing pernyataan dijumlahkan untuk mendapatkan skor gabungan agar dapat diklasifikasikan dalam lima kategori dengan kategorisasi sebagai berikut :

1. Untuk jawaban sangat tidak puas maka skornya adalah 1
2. Untuk jawaban tidak puas maka skornya adalah 2
3. Untuk jawaban netral maka skornya adalah 3
4. Untuk jawaban puas maka skornya adalah 4
5. Untuk jawaban sangat puas maka skornya adalah 5

Berdasarkan pada lampiran, dapat diketahui bahwa akumulasi dari empat pernyataan pada variabel kepuasan konsumen nilai interval terendahnya adalah 4 dan nilai interval tertingginya adalah 20. Dari angka ini dapat diketahui bahwa lebar interval variabel kepuasan konsumen adalah :

$$I = \frac{(4 \times 5) - (4 \times 1)}{5} = \frac{20 - 4}{5} = 3,2$$

Mengacu pada interval kelas tersebut, maka kategorisasi antar kelas secara akumulasi adalah :

1. Kategori sangat tidak puas maka skornya adalah : 4,00 – 7,20
2. Kategori tidak puas maka skornya adalah : >7,20 – 10,40
3. Kategori netral maka skornya adalah : >10,40 – 13,60
4. Kategori puas maka skornya adalah : >13,60 – 16,80
5. Kategori sangat puas maka skornya adalah : >16,80 – 20,00

Sesuai kategorisasi tersebut dan setelah dilakukan inventarisir skor pada tabel induk, maka diperoleh tabel komunikasi untuk variabel kepuasan konsumen (Z) yaitu:

Tabel 3.27
Kategorisasi Variabel Kepuasan Konsumen

No.	Kategori	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat Puas	46	46
2	Puas	48	48
3	Netral	6	6
4	Tidak Puas	0	0
5	Sangat Tidak Puas	0	0
Total		100	100

Sumber : Data primer yang diolah tahun 2019

Berdasarkan Tabel 3.27, mayoritas responden mengkategorisasikan Kepuasan Konsumen KA Kaligung ke dalam kategori puas (48%), sangat puas (46%) dan netral (6%). Hal tersebut dapat terjadi karena sebagian besar penumpang KA kaligung sudah merasa puas dengan dengan pelayanan yang di berikan serta memenuhi kebutuhan konsumen.

3.2.3. Persepsi Responden Pada Loyalitas Pelanggan

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari 3 indikator, yaitu Keinginan pembelian ulang KA Kaligung, Tarif yang ditawarkan KA Kaligung dapat diterima, Merekomendasikan KA Kaligung kepada orang lain. Adapun tanggapan responden terhadap indikator-indikator variabel ini adalah sebagai berikut:

1.2.3.1 Keinginan Pembelian Ulang KA Kaligung

Setiap perusahaan sangat membutuhkan pelanggan yang loyal, pelanggan yang bersedia untuk menggunakan jasa mereka kembali dan tidak hanya sekali.. Adapun tanggapan dari responden mengenai keinginan untuk pembelian ulang KA Kaligung dapat dilihat pada tabel 3.28 di bawah ini:

Tabel 3. 28
Keinginan Pembelian Ulang KA Kaligung

No	Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Ingin	40	40
2	Ingin	47	47
3	Netral	10	10
4	Tidak Ingin	3	3
5	Sangat Tidak Ingin	0	0
	Total	100	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 3.28 diatas dapat dilihat bahwa terdapat 47% responden memilih ingin karna kereta lebih cepat dan nyaman, 40% responden memilih sangat ingin dengan alasan pelayanan yang baik serta harga yang terjangkau dan 10% responden memilih netral. Sedangkan ada 3% responden memilih tidak ingin hal ini di sebabkan beberapa penumpang hanya menggunakan sesuai kepentingan tertentu saja.

3.2.3.2 Tarif KA Kaligung dapat diterima

Persepsi konsumen terhadap suatu harga dapat mempengaruhi keputusannya dalam membeli suatu produk sehingga suatu perusahaan harus mampu memberikan persepsi yang baik terhadap produk atau jasa yang mereka jual. Adapun tanggapan dari responden mengenai tarif KA Kaligung dapat dilihat pada tabel 3.29 di bawah ini:

Tabel 3. 29
Tarif KA Kaligung dapat diterima

No	Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	50	50
2	Setuju	40	40
3	Netral	9	9
4	Tidak Setuju	1	1
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Total	100	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 3.29 diatas dapat dilihat bahwa terdapat 50 % responden memilih sangat setuju, 40% responden memilih setuju , 9% responden memilih netral, dan ada 1% responden memilih tidak setuju. Namun sebagian besar responden berpendapat sangat setuju sebab tarif KA kaligung dapat di terima karena nyaman aman dan terjangkau serta sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

3.2.3.3 Bersedia Merekomendasikan KA Kaligung pada Orang Lain

Rekomendasi pelanggan kepada orang - orang terdekat sangat membantu perusahaan dalam memasarkan jasa yang disediakan. Berikut ini disajikan penilaian responden mengenai kesediaan merekomendasikan KA Kaligung pada orang lain dapat dilihat pada tabel 3.30 di bawah ini:

Tabel 3. 30
Merekomendasikan KA Kaligung pada Orang Lain

No	Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Bersedia	52	52
2	Bersedia	42	42
3	Netral	6	6
4	Tidak Bersedia	0	0
5	Sangat Tidak Bersedia	0	0
Total		100	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 3.30 diatas dapat dilihat bahwa terdapat 52% responden memilih sangat bersedia, 42% responden memilih bersedia, 6% responden memilih netral dan tidak ada responden yang memilih tidak bersedia dan sangat tidak bersedia. Namun sebagian besar responden bersedia merekomendasikan KA Kaligung karena pelayanan yang baik dan nyaman.

3.2.2.4 Rekapitulasi Penilaian Responden mengenai Loyalitas Pelanggan

Setelah data-data yang digali melalui indikator variabel loyalitas pelanggan diketahui, berikut ini akan disajikan tabel rekapitulasi penilaian responden mengenai variabel loyalitas pelanggan. Rekapitulasi penilaian responden dilakukan untuk mengetahui secara jelas butir pernyataan mana yang memiliki nilai di atas rata-rata dan butir pernyataan mana yang memiliki nilai di bawah rata-rata. Hasil rekapitulasi penilaian ini dapat dijadikan dasar bagi peneliti dalam memberikan saran yang tepat sesuai dengan aspek-aspek yang perlu dipertahankan atau ditingkatkan.

Tabel 3.31
Rekapitulasi Jawaban Responden mengenai Variabel Loyalitas Pelanggan

No	Item Pernyataan	Jumlah Responden	Skor										Skor Total	Mean
			5		4		3		2		1			
			F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
1	LP 1	100	40	40	47	47	10	10	3	3	0	0	424	4,24
2	LP 2	100	50	50	40	40	9	9	1	1	0	0	439	4,39
3	LP 3	100	52	52	42	42	6	6	0	0	0	0	446	4,46
Mean Skor Variabel													4,36	
LP 1 = Keinginan pembelian ulang														
LP 2 = Tarif dapat di terima														
LP 3 = Bersedia merekomendasikan kepada orang lain														

Sumber : Data primer yang diolah tahun 2019

Berdasarkan tabel 3.31 dapat diketahui bahwa nilai rata – rata skor variabel Loyalitas pelanggan adalah sebesar 4,36. Nilai rata - rata ini digunakan sebagai alat ukur peneliti melihat jawaban responden yang masih berada di atas rata – rata maupun dibawah rata – rata. Indikator dengan nilai rata-rata tertinggi di atas nilai rata-rata skor variabel adalah indikator LP 3 mengenai bersedia merekomendasikan kepada orang lain dengan nilai rata-rata 4,46 hal ini dikarenakan responden bersedia merekomendasikan kepada orang lain untuk jasa PT KAI di KA Kaligung.

Sedangkan item pertanyaan lain dengan nilai rata-rata dibawah nilai rata-rata skor variabel adalah item pertanyaan LP 1 mengenai keinginan pembelian ulang karena responden menentukan KA Kaligung sebagai transportasi pilihan tetapi mendapatkan kesulitan ketika tidak sesuainya jadwal KA Kaligung dengan waktu, jadwal keberangkatan, tujuan keberangkatan yang diinginkan responden.

3.2.3.5 Kategorisasi Variabel Loyalitas Pelanggan

Untuk memberikan penilaian terhadap variabel loyalitas pelanggan, maka digunakan tingkat pengukuran interval supaya dapat dikategorisasikan tingkatan

persepsi responden terhadap loyalitas pelanggan berdasarkan data yang diperoleh.

Lebar interval (I) dapat diperoleh menggunakan rumus :

$$I = \frac{R}{K}$$

Keterangan : I = Lebar Interval

R = Rentang, yaitu nilai interval tertinggi-interval terendah

K = Jumlah interval kelas

Dalam penelitian ini, variabel loyalitas pelanggan terdiri dari tiga pernyataan dengan skor untuk masing-masing pernyataan dijumlahkan untuk mendapatkan skor gabungan agar dapat diklasifikasikan dalam lima kategori dengan kategorisasi sebagai berikut :

- | | |
|--|---|
| 1. Untuk jawaban sangat setuju maka skornya adalah | 1 |
| 2. Untuk jawaban tidak setuju maka skornya adalah | 2 |
| 3. Untuk jawaban cukup setuju maka skornya adalah | 3 |
| 4. Untuk jawaban setuju maka skornya adalah | 4 |
| 5. Untuk jawaban sangat setuju maka skornya adalah | 5 |

Berdasarkan pada lampiran, dapat diketahui bahwa akumulasi dari tiga pernyataan pada variabel loyalitas pelanggan nilai interval terendahnya adalah 3 dan nilai interval tertingginya adalah 15. Dari angka ini dapat diketahui bahwa lebar interval variabel loyalitas pelanggan adalah :

$$I = \frac{(3 \times 5) - (3 \times 1)}{5} = \frac{15 - 3}{5} = 2,4$$

Mengacu pada interval kelas tersebut, maka kategorisasi antar kelas secara akumulasi adalah :

1. Kategori sangat tidak setuju maka skornya adalah : 3,00 – 5,40
2. Kategori tidak setuju maka skornya adalah : >5,40 – 7,80
3. Kategori cukup setuju maka skornya adalah : >7,80 – 10,20
4. Kategori setuju maka skornya adalah : >10,20 – 12,60
5. Kategori sangat setuju maka skornya adalah : >12,60 – 15,00

Sesuai kategorisasi tersebut dan setelah dilakukan inventarisir skor pada tabel induk, maka diperoleh tabel komunikasi untuk variabel loyalitas pelanggan (Y) yaitu:

Tabel 3.32
Kategorisasi Variabel Loyalitas Pelanggan

No.	Kategori	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat Loyal	57	57
2	Loyal	38	38
3	Netral	5	5
4	Tidak Loyal	0	0
5	Sangat Tidak Loyal	0	0
Total		100	100

Sumber : Data primer yang diolah tahun 2019

Berdasarkan Tabel 3.32 di atas, mayoritas responden mengkategorisasikan loyalitas pelanggan KA Kaligung ke dalam kategori sangat loyal (57%), loyal (38%) dan netral (5%). Hal tersebut dapat terjadi karena sebagian besar penumpang KA kaligung telah menentukan KA Kaligung sebagai moda transportasi andalan mereka.

3.3 Uji Hipotesis

3.3.1 Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

KA Kaligung

Untuk menganalisis pengaruh antara variabel kualitas pelayanan (X) terhadap variabel keputusan kepuasan konsumen (Z), maka analisis yang digunakan meliputi: analisis tabulasi silang, koefisien korelasi, koefisien determinasi, analisis regresi linear sederhana, dan uji t (uji signifikansi). Pengujian tersebut dilakukan dengan bantuan software SPSS for windows 21 version, yang akan disajikan seperti berikut ini:

3.3.1.1 Analisis Tabulasi Silang

Analisis tabulasi silang merupakan penyajian data dalam bentuk tabel, yang digunakan untuk mengetahui penyebaran responden berdasarkan variabel penelitian yang dianalisis

Tabel 3.33
Tabulasi Silang Variabel Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen

Kepuasan Konsumen (Y)	Kualitas Pelayanan (X)					Total
	Sangat Tidak Baik	Tidak Baik	Netral	Baik	Sangat Baik	
Sangat Puas	0 0%	0 0%	1 1%	12 12%	34 34%	46 46%
Puas	0 0%	0 0%	2 2%	31 31%	15 15%	48 48%
Netral	0 0%	0 0%	3 3%	1 1%	2 2%	6 6%
Tidak Puas	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%
Sangat Tidak Puas	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%
Total	0 0%	0 0%	5 5%	44 44%	51 51%	100 100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

. Berdasarkan Tabel 3.33 di atas ini dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan termasuk kategori sangat baik dengan total persentase tertinggi sebesar 51%. Selain itu, dapat diketahui pula bahwa kualitas pelayanan yang sangat baik tersebut memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen dengan kategori sangat puas dengan persentase 34%, kategori puas dengan persentase 15% dan kategori netral dengan persentase 2% . Hal ini dapat disimpulkan apabila tingkat kualitas pelayanan KA kaligung sangat baik, maka konsumen akan cenderung semakin sangat puas.

3.3.1.2 Koefisien Korelasi Kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan

Konsumen KA Kaligung

Koefisien korelasi digunakan untuk mengukur seberapa erat atau kuat tidaknya hubungan variabel Kualitas Pelayanan (X) terhadap variabel kepuasan konsumen (Z). Hasil dari perhitungan koefisien korelasi dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 3.34
Korelasi Kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen KA Kaligung
Correlations

		Kualitas_Pelayanan	Kepuasan_Konsumen
Kualitas_Pelayanan	Pearson Correlation	1	,663**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	100	100
Kepuasan_Konsumen	Pearson Correlation	,663**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	100	100

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

Sumber : Data primer diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 3.34 dapat dilihat bahwa nilai koefisien (R) antara variabel Kualitas Pelayanan (X) terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Z)

adalah sebesar 0,663. Hasil perhitungan tersebut berada pada interval 0,60 – 0,799, sehingga dapat disimpulkan bahwa seberapa erat atau kuat tidaknya hubungan antara variabel kualitas pelayanan (X) terhadap variable kepuasan konsumen (Z) adalah **kuat**.

3.3.1.3 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui persentase besarnya pengaruh variabel kualitas pelayanan (X) terhadap variabel kepuasan konsumen (Z). Adapun hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 3. 35
Koefisien Determinasi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen
KA Kaligung
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.663 ^a	.439	.434	1,761

a. Predictors: (Constant), Kualitas_Pelayanan

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Dari hasil pengujian data nilai R Square yang diperoleh adalah 0,439 sehingga koefisien determinasi menjadi:

$$KD = (r^2). 100\%$$

$$KD = (0,439). 100\%$$

$$KD = 43,9\%$$

Berdasarkan Tabel 3.35 diatas dapat dilihat bahwa hasil koefisien determinasi (Rsquare) antara variabel kualitas pelayanan (X) terhadap variabel kepuasan konsumen (Z) adalah sebesar 0,439 atau 43,9%. Hal ini berarti bahwa pengaruh yang diberikan variabel kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan

konsumen adalah sebesar 43,9%, sedangkan sisanya sebesar 56,1% dipengaruhi oleh variabel lain selain kualitas pelayanan.

3.3.1.4 Analisis Regresi Linear Sederhana Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen KA Kaligung

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui seberapa besar antara pengaruh variabel kualitas pelayanan (X) terhadap variabel kepuasan konsumen (Z). Hasil regresi linear sederhana dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3. 36
Analisis Regresi Linear Sederhana Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen KA Kaligung
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,285	1,575		2,086	,040
	Kualitas_Pelayanan	,217	,025	,663	8,764	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan_Konsumen

Sumber : Data primer diolah, 2019

Berdasarkan tabel 3.36, dapat diketahui bahwa koefisien regresi linear sederhana variabel kualitas pelayanan (X) adalah 0,217 dan nilai konstantanya adalah 3,285. Dari hasil perhitungan tersebut maka dapat terbentuk persamaan sebagai berikut:

$$Z = 3,285 + 0,217 X$$

Keterangan: Z = Kepuasan Konsumen
 X = Kualitas Pelayanan

Dari hasil persamaan regresi linear sederhana tersebut maka dapat diartikan bahwa:

1. Ada pengaruh positif dari variabel kualitas pelayanan (X) terhadap variabel kepuasan konsumen (Z).
2. Nilai konstanta sebesar 3,285 menunjukkan bahwa jika tidak ada variabel kualitas pelayanan, maka variabel kepuasan konsumen adalah sebesar 3,285. Artinya bahwa tanpa adanya pengaruh variabel kualitas pelayanan besarnya persepsi terhadap kepuasan konsumen telah mencapai angka 3,285.
3. Koefisien regresi untuk variabel kualitas pelayanan (X) naik satu satuan maka variabel kualitas pelayanan sebesar 0,217.
4. Berdasarkan hasil penelitian, untuk meningkatkan kepuasan konsumen dapat dilakukan dengan meningkatkan kualitas pelayanan. Semakin baik kualitas pelayanan maka akan semakin meningkat pula tingkat kepuasan konsumen.

3.3.1.5 Uji Signifikansi

Untuk mengetahui pengaruh dari variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan konsumen, maka dilakukan pengujian dengan menggunakan uji t. Nilai t *output* SPSS dapat dilihat pada kolom t, baris X, tabel *coefficients (a)*.

Berdasarkan Tabel 3.36 dapat diketahui bahwa hasil t hitung sebesar 8,764. Nilai t hasil perhitungan tersebut digunakan untuk menentukan hasil dengan langkah-langkah :

1. Menentukan hipotesis nol dan hipotesis alternatif

Hipotesis nol (H_0) yang hendak diuji, apakah suatu parameter (β) sama dengan nol, atau :

$H_0 : \beta = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

Hipotesis alternatif (H_a) yang hendak diuji, apakah suatu parameter (β) tidak sama dengan nol (0) atau

$H_a : \beta \neq 0$ artinya terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

2. Menentukan tingkat keyakinan interval dengan signifikan $\alpha = 0,05$ atau sangat signifikan 5%.
3. Membandingkan nilai statistik t dengan titik kritis menurut tabel. Nilai t tabel diketahui dengan mencari df (*degree of freedom*) terlebih dahulu.

$$df = n - 2$$

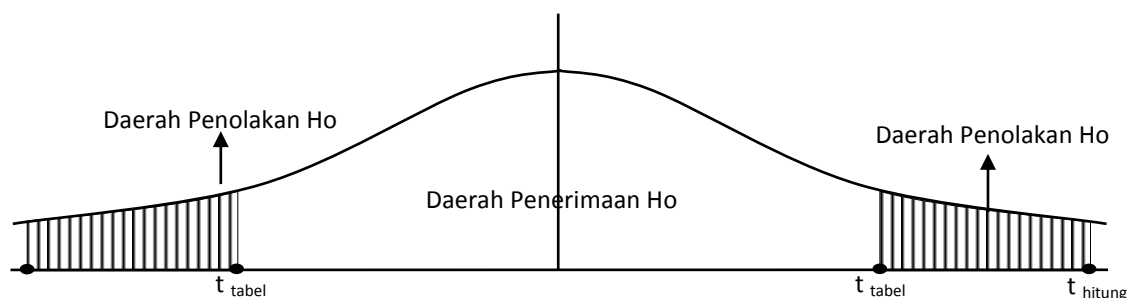
$$= 100 - 2 = 98$$

Dengan df sebesar 98, maka apabila dilihat dalam tabel t two-tail dengan signifikansi 5% diperoleh nilai t tabel sebesar 1,984

4. Penentuan kriteria sebagai berikut :
 - a. H_0 diterima apabila t hitung $<$ t tabel, artinya variabel bebas kualitas pelayanan (X) tidak mempengaruhi variabel intervening kepuasan konsumen (Z).
 - b. H_a diterima apabila t hitung $>$ t tabel, artinya variabel bebas kualitas pelayanan (X) mempengaruhi variabel intervening kepuasan konsumen (Z).

Nilai t hitung (8,764) > t tabel (1,984), maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga hipotesis 1 “kualitas pelayanan (X) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Z)” **diterima**. Untuk lebih jelasnya disajikan gambar berikut :

Gambar 3.1
Uji t Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen KA Kaligung



Sumber : Data primer yang diolah (2019)

Selain itu, uji signifikansi dapat juga dilihat dari nilai probabilitas signifikansinya, pada output SPSS dilihat dari kolom sig, baris X tabel *coefficient (a)*. Apabila nilai probabilitas signifikansinya berada di bawah nilai 0,05, maka secara signifikan variabel bebas (X) mempengaruhi variabel intervening (Z). Berdasarkan Tabel 3.36 di atas dapat diketahui bahwa nilai probabilitas signifikansi adalah 0,000 yang berada di bawah 0,05 sehingga hipotesis 1 “kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen” **diterima**.

3.3.2 Analisis Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan KA Kaligung.

Untuk menganalisis pengaruh antara variabel kepuasan konsumen (Z) terhadap variabel keputusan Loyalitas Pelanggan (Y), maka analisis yang digunakan meliputi: koefisien korelasi, koefisien determinasi, analisis regresi linear sederhana, dan uji t (uji signifikansi). Pengujian tersebut dilakukan dengan

bantuan software SPSS for windows 21 version, yang akan disajikan seperti berikut ini:

3.3.2.1 Analisis Tabulasi Silang

Analisis tabulasi silang merupakan penyajian data dalam bentuk tabel, yang digunakan untuk mengetahui penyebaran responden berdasarkan variabel penelitian yang dianalisis.

Tabel 3.37
Tabulasi Silang Variabel Kepuasan Konsumen dengan Loyalitas Pelanggan

Loyalitas Pelanggan (Y)	Kepuasan Konsumen (X)					Total
	Sangat Tidak Puas	Tidak Puas	Netral	Puas	Sangat Puas	
Sangat Loyal	0 0%	0 0%	2 2%	18 18%	37 37%	57 57%
Loyal	0 0%	0 0%	4 4%	26 26%	8 8%	38 38%
Netral	0 0%	0 0%	0 0%	4 4%	1 1%	5 5%
Tidak Loyal	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%
Sangat Tidak Loyal	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%
Total	0 0%	0 0%	6 6%	48 48%	46 46%	100 100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 3.38 di atas ini dapat diketahui bahwa kepuasan konsumen termasuk kategori puas dengan total persentase tertinggi sebesar 48%. Selain itu, dapat diketahui pula bahwa kepuasan konsumen yang puas tersebut memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan kategori loyal dengan persentase 26%, kategori sangat loyal dengan persentase 18% dan kategori netral dengan persentase 4%. Hal ini dapat disimpulkan apabila tingkat kepuasan konsumen KA kaligung sangat puas, maka konsumen akan cenderung semakin loyal.

3.3.2.2 Koefisien Korelasi Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas

Pelanggan KA Kaligung

Koefisien korelasi digunakan untuk mengukur seberapa erat atau kuat tidaknya hubungan variabel Kepuasan Konsumen (Z) terhadap variabel Loyalitas Pelanggan (Y). Hasil dari perhitungan koefisien korelasi dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 3. 38
Korelasi Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan KA Kaligung
Correlations

		Kepuasan_Konsumen	Loyalitas_Pelanggan
Kepuasan_Konsumen	Pearson Correlation	1	,493**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	100	100
Loyalitas_Pelanggan	Pearson Correlation	,493**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	100	100

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

Sumber : *Data primer diolah, 2019*

Berdasarkan Tabel 3.39 dapat dilihat bahwa nilai koefisien (R) antara variabel kepuasan konsumen (Z) terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y) adalah sebesar 0,493. Hasil perhitungan tersebut berada pada interval 0,40 – 0,599, sehingga dapat disimpulkan bahwa seberapa erat atau kuat tidaknya hubungan antara variabel kepuasan konsumen (Z) terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y) adalah **Cukup Kuat**.

3.3.2.3 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui persentase besarnya pengaruh variabel kepuasan konsumen (Z) terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y). Adapun hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 3. 39
Koefisien Determinasi Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan
KA Kaligung
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,493 ^a	,243	,235	1,401

a. Predictors: (Constant), Kepuasan_Konsumen

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Dari hasil pengujian data nilai R Square yang diperoleh adalah 0,493 sehingga koefisien determinasi menjadi:

$$KD = (r^2). 100\%$$

$$KD = (0,493). 100\%$$

$$KD = 49,3\%$$

Berdasarkan Tabel 3.40 diatas dapat dilihat bahwa hasil koefisien determinasi (Rsquare) antara variabel kepuasan konsumen (Z) terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y) adalah sebesar 0,493 atau 49,3%. Hal ini berarti bahwa pengaruh yang diberikan variabel kepuasan konsumen (Z) terhadap loyalitas pelanggan (Y) adalah sebesar 49,3%, sedangkan sisanya sebesar 50,7% dipengaruhi oleh variabel lain selain kepuasan konsumen.

3.3.2.4 Analisis Regresi Linear Sederhana Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan KA Kaligung

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui seberapa besar antara pengaruh variabel kepuasan konsumen (Z) terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y). Hasil regresi linear sederhana dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3. 40
Analisis Regresi Linear Sederhana Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas
Pelanggan KA Kaligung
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7,350	1,033		7,117	,000
	Kepuasan_Konsumen	,338	,060	,493	5,610	,000

a. Dependent Variable: Loyalitas_Pelanggan

Sumber : Data primer diolah, 2019

Berdasarkan tabel 3.41, dapat diketahui bahwa koefisien regresi linear sederhana variabel kepuasan konsumen (Z) adalah 0,338 dan nilai konstantanya adalah 7,350. Dari hasil perhitungan tersebut maka dapat terbentuk persamaan sebagai berikut:

$$Y = 7,350 + 0,338 Z$$

Keterangan: Y = Loyalitas Pelanggan

Z = Kepuasan Konsumen

Dari hasil persamaan regresi linear sederhana tersebut maka dapat diartikan bahwa:

1. Ada pengaruh positif dari variabel kepuasan konsumen (Z) terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y).
2. Nilai konstanta sebesar 7,350 menunjukkan bahwa jika tidak ada variabel kepuasan konsumen, maka variabel loyalitas pelanggan adalah sebesar 7,350. Artinya bahwa tanpa adanya pengaruh variabel kepuasan konsumen besarnya persepsi terhadap loyalitas pelanggan telah mencapai angka 7,350.
3. Koefisien regresi untuk variabel kepuasan konsumen (Z) naik satu satuan maka variabel kepuasan konsumen sebesar 0,338.

4. Berdasarkan hasil penelitian, untuk meningkatkan loyalitas pelanggan dapat dilakukan dengan meningkatkan kepuasan konsumen. Semakin tinggi penilaian kepuasan konsumen maka akan semakin meningkat pula tingkat loyalitas pelanggan.

3.3.2.5 Uji Signifikansi

Untuk mengetahui pengaruh dari variabel kepuasan konsumen terhadap variabel loyalitas pelanggan, maka dilakukan pengujian dengan menggunakan uji t. Nilai t *output* SPSS dapat dilihat pada kolom t, baris X, tabel *coefficients (a)*.

Berdasarkan Tabel 3.40 dapat diketahui bahwa hasil t hitung sebesar 5,610. Nilai t hasil perhitungan tersebut digunakan untuk menentukan hasil dengan langkah-langkah :

1. Menentukan hipotesis nol dan hipotesis alternatif

Hipotesis nol (H_0) yang hendak diuji, apakah suatu parameter (β) sama dengan nol, atau :

$H_0 : \beta = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh antara kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan

Hipotesis alternatif (H_a) yang hendak diuji, apakah suatu parameter (β) tidak sama dengan nol (0) atau

$H_a : \beta \neq 0$ artinya terdapat pengaruh antara kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan

2. Menentukan tingkat keyakinan interval dengan signifikan $\alpha = 0,05$ atau sangat signifikan 5%.

3. Membandingkan nilai statistik t dengan titik kritis menurut tabel. Nilai t tabel diketahui dengan mencari df (*degree of freedom*) terlebih dahulu.

$$df = n - 2$$

$$= 100 - 2 = 98$$

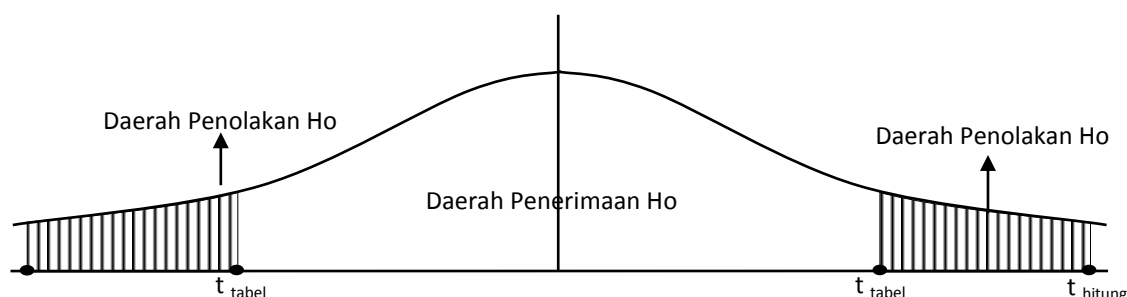
Dengan df sebesar 98, maka apabila dilihat dalam tabel t two-tail dengan signifikansi 5% diperoleh nilai t tabel sebesar 1,984

4. Penentuan kriteria sebagai berikut :
 - a. Ho diterima apabila t hitung < t tabel, artinya variabel intervening kepuasan konsumen (Z) tidak mempengaruhi variabel terikat loyalitas pelanggan (Y).
 - b. Ha diterima apabila t hitung > t tabel, artinya variabel intervening kepuasan konsumen (Z) mempengaruhi variabel terikat loyalitas pelanggan (Y)

Nilai t hitung (5,610) > t tabel (1,984), maka Ho ditolak dan Ha diterima. Sehingga hipotesis 2 “kepuasan konsumen (Z) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan (Y)” **diterima**. Untuk lebih jelasnya disajikan gambar berikut :

Gambar 3.2

Uji t Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan KA Kaligung



Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Selain itu, uji signifikansi dapat juga dilihat dari nilai probabilitas signifikansinya, pada output SPSS dilihat dari kolom sig, baris X tabel *coefficient (a)*. Apabila nilai probabilitas signifikansinya berada di bawah nilai 0,05, maka secara signifikan variabel intervening (Z) mempengaruhi variabel terikat (Y). Berdasarkan Tabel 3.40 di atas dapat diketahui bahwa nilai probabilitas signifikansi adalah 0,000 yang berada di bawah 0,05 sehingga hipotesis 2 “kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan” **diterima**.

3.3.3 Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan KA Kaligung

Untuk menganalisis pengaruh antara variabel kualitas pelayanan (X) terhadap variabel keputusan loyalitas pelanggan (Y), maka analisis yang digunakan meliputi: koefisien korelasi, koefisien determinasi, analisis regresi linear sederhana, dan uji t (uji signifikansi). Pengujian tersebut dilakukan dengan bantuan software SPSS for windows 21 version, yang akan disajikan seperti berikut ini:

3.3.3.1 Analisis Tabulasi Silang

Analisis tabulasi silang merupakan penyajian data dalam bentuk tabel, yang digunakan untuk mengetahui penyebaran responden berdasarkan variabel penelitian yang dianalisis.

Tabel 3.41
Tabulasi Silang Variabel Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas Pelanggan

Loyalitas Pelanggan (Y)	Kualitas Pelayanan (X)					Total
	Sangat Tidak Baik	Tidak Baik	Netral	Baik	Sangat Baik	
Sangat Loyal	0 0%	0 0%	1 1%	18 18%	38 38%	57 57%
Loyal	0 0%	0 0%	3 3%	24 24%	11 11%	38 38%
Netral	0 0%	0 0%	1 1%	2 2%	2 2%	5 5%
Tidak Loyal	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%
Sangat Tidak Loyal	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%
Total	0 0%	0 0%	5 5%	44 44%	51 51%	100 100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 3.43 di bawah ini dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan termasuk kategori sangat baik dengan total persentase tertinggi sebesar 51%. Selain itu, dapat diketahui pula bahwa kualitas pelayanan yang sangat baik tersebut memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan kategori sangat loyal dengan persentase 38%, kategori loyal dengan persentase 11% dan kategori netral dengan persentase 2%. Hal ini dapat disimpulkan bahwa apabila tingkat kualitas pelayanan KA kaligung yang sangat baik, maka konsumen akan cenderung semakin sangat loyal.

3.3.3.2 Koefisien Korelasi Kualitas pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan

KA Kaligung

Koefisien korelasi digunakan untuk mengukur seberapa erat atau kuat tidaknya hubungan variabel Kualitas Pelayanan (X) terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y). Hasil dari perhitungan koefisien korelasi dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 3. 42
Korelasi Kualitas pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan KA Kaligung
Correlations

		Kualitas_Pelaya nan	Loyalitas_Pelan ggan
Kualitas_Pelayanan	Pearson Correlation	1	,479**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	100	100
Loyalitas_Pelanggan	Pearson Correlation	,479**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	100	100

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

Sumber : Data primer diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 3.44 dapat dilihat bahwa nilai koefisien (R) antara variabel Kualitas Pelayanan (X) terhadap variabel Loyalitas Pelanggan (Y) adalah sebesar 0,479. Hasil perhitungan tersebut berada pada interval 0,60 – 0,559 , sehingga dapat disimpulkan bahwa seberapa erat atau kuat tidaknya hubungan antara variabel kualitas pelayanan (X) terhadap variable loyalitas pelanggan (Y) adalah **Cukup Kuat**.

3.3.3.3 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui persentase besarnya pengaruh variabel kualitas pelayanan (X) terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y). Adapun hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 3. 43
Koefisien Determinasi Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan
KA Kaligung
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,479 ^a	,230	,222	1,413

a. Predictors: (Constant), Kualitas_Pelayanan

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Dari hasil pengujian data nilai R Square yang diperoleh adalah 0,230 sehingga koefisien determinasi menjadi:

$$KD = (r^2). 100\%$$

$$KD = (0,230). 100\%$$

$$KD = 23,0\%$$

Berdasarkan Tabel 3.45 diatas dapat dilihat bahwa hasil koefisien determinasi (Rsquare) antara variabel kualitas pelayanan (X) terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y) adalah sebesar 0,230 atau 23,0%. Hal ini berarti bahwa pengaruh yang diberikan variabel kualitas pelayanan (X) terhadap loyalitas pelanggan adalah sebesar 23,0%, sedangkan sisanya sebesar 77,0% dipengaruhi oleh variabel lain selain kualitas pelayanan.

3.3.3.4 Analisis Regresi Linear Sederhana Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan KA Kaligung

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui seberapa besar antara pengaruh variabel kualitas pelayanan (X) terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y). Hasil regresi linear sederhana dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3. 44
Analisis Regresi Linear Sederhana Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas
Pelanggan KA Kaligung
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6,296	1,264		4,981	,000
	Kualitas_Pelayanan	,107	,020	,479	5,408	,000

a. Dependent Variable: Loyalitas_Pelanggan

Sumber : Data primer diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 3.46 diatas dapat diketahui bahwa koefisien regresi linear sederhana variabel kualitas pelayanan (X) adalah 0,107 dan nilai konstantanya adalah 6,296. Dari hasil perhitungan tersebut maka dapat terbentuk persamaan sebagai berikut:

$$Y = 6,296 + 0,107 X$$

Keterangan: Y = Loyalitas Pelanggan

X = Kualitas Pelayanan

Dari hasil persamaan regresi linear sederhana tersebut maka dapat diartikan bahwa:

1. Ada pengaruh positif dari variabel kualitas pelayanan (X) terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y).
2. Nilai konstanta sebesar 6,296 menunjukkan bahwa jika tidak ada variabel kualitas pelayanan, maka variabel loyalitas pelanggan adalah sebesar 6,296. Artinya bahwa tanpa adanya pengaruh variabel kualitas pelayanan besarnya persepsi terhadap loyalitas pelanggan telah mencapai angka 6,296.
3. Koefisien regresi untuk variabel kualitas pelayanan (X) naik satu satuan maka variabel kualitas pelayanan sebesar 0,107.

4. Berdasarkan hasil penelitian, untuk meningkatkan loyalitas pelanggan dapat dilakukan dengan meningkatkan kualitas pelayanan. Semakin baik kualitas pelayanan maka akan semakin meningkat pula tingkat loyalitas pelanggan.

3.3.3.5 Uji Signifikansi

Untuk mengetahui pengaruh dari variabel kualitas pelayanan terhadap variabel loyalitas pelanggan, maka dilakukan pengujian dengan menggunakan uji t. Nilai t *output* SPSS dapat dilihat pada kolom t, baris X, tabel *coefficients (a)*.

Berdasarkan Tabel 3.44 dapat diketahui bahwa hasil t hitung sebesar 5,408. Nilai t hasil perhitungan tersebut digunakan untuk menentukan hasil dengan langkah-langkah :

1. Menentukan hipotesis nol dan hipotesis alternatif

Hipotesis nol (H_0) yang hendak diuji, apakah suatu parameter (β) sama dengan nol, atau :

$H_0 : \beta = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan

Hipotesis alternatif (H_a) yang hendak diuji, apakah suatu parameter (β) tidak sama dengan nol (0) atau

$H_a : \beta \neq 0$ artinya terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan

2. Menentukan tingkat keyakinan interval dengan signifikan $\alpha = 0,05$ atau sangat signifikan 5%.

3. Membandingkan nilai statistik t dengan titik kritis menurut tabel. Nilai t tabel diketahui dengan mencari df (*degree of freedom*) terlebih dahulu.

$$df = n - 2$$

$$= 100 - 2 = 98$$

Dengan df sebesar 98, maka apabila dilihat dalam tabel t two-tail dengan signifikansi 5% diperoleh nilai t tabel sebesar 1,984

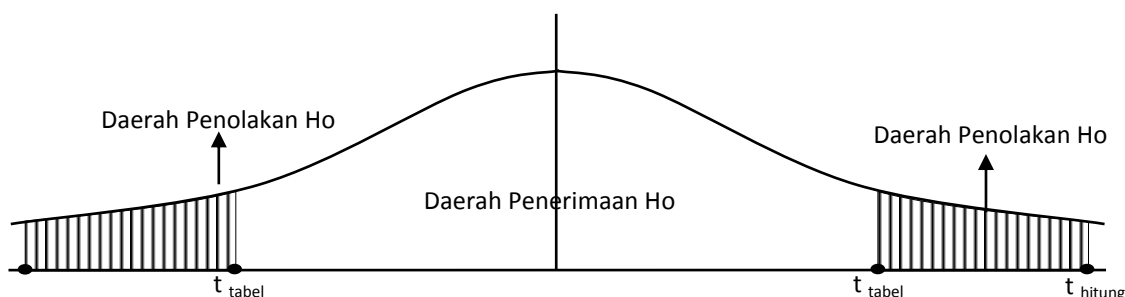
4. Penentuan kriteria sebagai berikut :

- Ho diterima apabila t hitung $<$ t tabel, artinya variabel bebas kualitas pelayanan (X) tidak mempengaruhi variabel terikat loyalitas pelanggan (Y).
- Ha diterima apabila t hitung $>$ t tabel, artinya variabel bebas kualitas pelayanan (X) mempengaruhi variabel terikat loyalitas pelanggan (Y)

Nilai t hitung (5,408) $>$ t tabel (1,984), maka Ho ditolak dan Ha diterima. Sehingga hipotesis 3 “kualitas pelayanan (X) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan (Y)” **diterima**. Untuk lebih jelasnya disajikan gambar berikut :

Gambar 3. 3

Uji t Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan KA Kaligung



Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Selain itu, uji signifikansi dapat juga dilihat dari nilai probabilitas signifikansinya, pada output SPSS dilihat dari kolom sig, baris X tabel *coefficient* (a). Apabila nilai probabilitas signifikansinya berada di bawah nilai 0,05, maka secara signifikan variabel bebas (X) mempengaruhi variabel terikat (Y). Berdasarkan Tabel 3.44 di atas dapat diketahui bahwa nilai probabilitas signifikansi adalah 0,000 yang berada di bawah 0,05 sehingga hipotesis 3 “kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan KA Kaligung” **diterima.**

3.3.3.6 Uji Sobel

Tabel 3. 45

Hasil Uji Sobel Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Melalui

Kepuasan Konsumen

OUTCOME VARIABLE:							
Kepuasan							
Model Summary							
	R	R-sq	MSE	F	df1	df2	p
	.6629	.4394	3.1005	76.8121	1.0000	98.0000	.0000
Model							
	coeff	se	t	p	LLCI	ULCI	
constant	3.2845	1.5748	2.0857	.0396	.1593	6.4097	
Kualitas	.2165	.0247	8.7643	.0000	.1675	.2655	Jalur A

OUTCOME VARIABLE:							
Loyalita							
Model Summary							
	R	R-sq	MSE	F	df1	df2	p
	.5335	.2846	1.8746	19.2971	2.0000	97.0000	.0000
Model							
	coeff	se	t	p	LLCI	ULCI	
constant	5.5934	1.2514	4.4696	.0000	3.1097	8.0772	
Kualitas	.0609	.0257	2.3737	.0196	.0100	.1118	Jalur C'
Kepuasan	.2140	.0785	2.7251	.0076	.0582	.3699	Jalur B
***** TOTAL EFFECT MODEL *****							

OUTCOME VARIABLE:							
Loyalita							
Model Summary							
	R	R-sq	MSE	F	df1	df2	p
	.4794	.2299	1.9976	29.2500	1.0000	98.0000	.0000
Model							
	coeff	se	t	p	LLCI	ULCI	
constant	6.2965	1.2641	4.9812	.0000	3.7880	8.8049	
Kualitas	.1072	.0198	5.4083	.0000	.0679	.1466	Jalur C
***** TOTAL, DIRECT, AND INDIRECT EFFECTS OF X ON Y *****							
Total effect of X on Y							
	Effect	se	t	p	LLCI	ULCI	c_ps
c_cs	.1072	.0198	5.4083	.0000	.0679	.1466	.0669
	.4794						
Direct effect of X on Y							
	Effect	se	t	p	LLCI	ULCI	c'_ps
c'_cs	.0609	.0257	2.3737	.0196	.0100	.1118	.0380
	.2723						
Indirect effect(s) of X on Y:							
	Effect	BootSE	BootLLCI	BootULCI			
Kepuasan	.0463	.0243	-.0027	.0930	Jalur A*B		
Partially standardized indirect effect(s) of X on Y:							
	Effect	BootSE	BootLLCI	BootULCI			
Kepuasan	.0289	.0156	-.0016	.0592			
Completely standardized indirect effect(s) of X on Y:							
	Effect	BootSE	BootLLCI	BootULCI			
Kepuasan	.2072	.1123	-.0110	.4265			

Berdasarkan Tabel 3.45 dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Jalur a merupakan pengaruh kualitas pelayanan ke kepuasan konsumen. Dari output di atas, koefisien jalur a sebesar 0,21 dan signifikan pada taraf $p < 0,05$.
2. Jalur c' merupakan pengaruh kualitas pelayanan ke loyalitas pelanggan atau efek langsung dari X ke Y. Koefisien jalur c' sebesar 0,06 dan signifikan pada taraf $p < 0,05$.

3. Jalur b merupakan efek kepuasan konsumen ke loyalitas pelanggan. Koefisien jalur b sebesar 0,21 dan signifikan pada taraf $p < 0,05$.
4. Jalur $a*b$ merupakan efek tidak langsung kualitas pelayanan ke loyalitas pelanggan. Dari output di atas dapat kita hitung efek tidak langsung adalah 0,04.
5. Jalur c merupakan efek total kualitas pelayanan ke loyalitas pelanggan. Efek total dapat dihitung juga dengan menjumlahkan efek langsung ditambah efek tidak langsung, atau penjumlahan jalur a + jalur ($a*b$). Besar koefisien efek total adalah 0,10 dan signifikan pada taraf $p < 0,05$.

Karena jalur a dan jalur b signifikan, maka jika mengacu pada panduan Baron dan Kenny (1986), dapat ditarik kesimpulan ada peran mediasi.

3.4 Pembahasan

Kualitas pelayanan merupakan salah satu hal yang mempengaruhi kepuasan konsumen KA Kaligung PT KAI Daop IV Semarang. Ini dibuktikan bahwa kualitas pelayanan memiliki hubungan terhadap kepuasan konsumen dalam kategori **kuat** yaitu sebesar 0,663. Kategorisasi kualitas pelayanan KA Kaligung dinyatakan sangat baik. Tetapi, terdapat beberapa item pertanyaan yang dibawah rata-rata yaitu kenyamanan di dalam gerbong di sebabkan karena space pada tempat duduk terlalu sempit, ac terlalu dingin dan toilet kotor. Kecepatan petugas dalam melayani keluhan penumpang dan kecepatan petugas dalam melayani penumpang disebabkan petugas gerbong dirasa penumpang kurang responsif menanggapi masalah dan kurang banyaknya personil petugas gerbong dan kemampuan petugas memberikan rasa aman dan nyaman kepada penumpang KA

Kaligung. Ada pengaruh antara kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen dengan persamaan regresi $Z = 3,285 + 0,217 X$ yang berarti jika kualitas pelayanan naik kearah positif maka kepuasan konsumen juga akan meningkat kearah positif. Dengan nilai koefisien determinasinya sebesar 0,439 atau 43,9%. Hal ini berarti sebanyak 43,9% variabel kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan. Dan dari uji t didapati pengaruh dari kualitas pelayanan adalah sebesar t hitung ($8,764 > t$ tabel (1,984) terhadap kepuasan konsumen KA Kaligung. Sehingga hipotesis pertama yang berbunyi “Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen KA Kaligung” **diterima**.

Kepuasan konsumen merupakan salah satu hal yang mempengaruhi loyalitas pelanggan KA Kaligung PT KAI Daop IV Semarang, ini dibuktikan bahwa kepuasan konsumen memiliki hubungan terhadap loyalitas pelanggan dalam kategori **cukup kuat** yaitu sebesar 0,493. Kategorisasi kepuasan konsumen KA Kaligung di kategori puas. Tetapi, terdapat beberapa item pertanyaan yang dibawah rata-rata yaitu perasaan puas dengan produk yang di berikan KA Kaligung dikarenakan makanan yang di jual terlalu mahal dan tidak enak. Kualitas pelayanan KA Kaligung sesuai harapan dan memenuhi kebutuhan konsumen dikarenakan kualitas pelayanan yang diberikan beberapa kali mengecewakan seperti kondisi di dalam gebong kereta berisik yang cukup mengganggu penumpang dan toilet pada KA Kaligung yg kurang bersih dan wangi. Ada pengaruh antara kepuasan konsumen dan loyalitas pelanggan dengan persamaan regresi $Y = 7,350 + 0,338 Z$ yang berarti jika kepuasan konsumen naik kearah positif maka loyalitas pelanggan juga akan meningkat kearah positif.

Dengan nilai koefisien determinasinya sebesar 0,493 atau 49,3%. Hal ini berarti sebanyak 49,3% variabel loyalitas pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel kepuasan konsumen. Dan dari uji t didapati pengaruh dari kepuasan konsumen adalah sebesar t hitung ($5,610 > t$ tabel ($1,984$) terhadap loyalitas pelanggan KA Kaligung. Sehingga hipotesis kedua yang berbunyi “Kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan KA Kaligung” **diterima**.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu hal yang mempengaruhi loyalitas pelanggan KA Kaligung. Ini dibuktikan bahwa kualitas pelayanan memiliki hubungan terhadap loyalitas pelanggan dalam kategori **cukup kuat** yaitu sebesar 0,479. Kategorisasi loyalitas pelanggan KA Kaligung di kategori sangat loyal. Tetapi, terdapat item pertanyaan yang dibawah rata-rata yaitu keinginan pembelian ulang disebabkan pelanggan menentukan KA Kaligung sebagai transportasi pilihan tetapi mendapatkan kesulitan ketika tidak sesuai jadwal KA Kaligung dengan waktu yang diinginkan. Ada pengaruh antara kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan dengan persamaan regresi $Z = 6,296 + 0,107 X$ yang berarti jika kualitas pelayanan naik kearah positif maka loyalitas pelanggan juga akan meningkat kearah positif. Dengan nilai koefisien determinasinya sebesar 0,230 atau 23,0%. Hal ini berarti sebanyak 23,0% variabel kualitas pelayanan dapat dijelaskan oleh variabel. Dan dari uji t didapati pengaruh dari kualitas pelayanan adalah sebesar t hitung ($5,408 > t$ tabel ($1,984$) terhadap loyalitas pelanggan KA Kaligung. Sehingga hipotesis ketiga yang berbunyi “Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan KA kaligung” **diterima**.

Terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Konsumen. Hal ini dibuktikan dengan uji mediasi yaitu Sobel Test. Hal ini dibuktikan dengan uji mediasi yaitu Sobel Test. Berdasarkan hasil sobel test tersebut, jalur a dan jalur b signifikan. Di mana, jalur a dengan koefisien nilai yang dihasilkan sebesar 0,21 dan signifikan pada taraf $p (0,000) < 0,05$. Jalur b dengan koefisien senilai sebesar 0,21 dan signifikan pada taraf $p (0,000) < 0,05$. Kemudian, pada jalur c' koefisien nilai sebesar c' sebesar 0,06 dan signifikan pada taraf $p (0,000) < 0,05$. Sehingga dilihat dari jenis mediasi, maka variabel kepuasan konsumen ini dapat dikatakan sebagai variabel mediasi **parsial**.