

Pengukuran Kepuasan dan Kualitas Pelayanan terhadap Konsumen Jasa Transportasi Kereta Api

Adelia Febriyanti¹, Anton Agus Setyawan²

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta

b100200521@student.ums.ac.id¹, anton.setyawan@ums.ac.id²

Abstract

This research aims to analyze the measurement of customer satisfaction and service quality in the context of rail transportation services. The theory used in this research is the Servqual theory, which emphasizes five dimensions of service quality, namely concrete evidence, reliability, responsiveness, assurance, and empathy. The research method applied was a survey design involving 140 respondents who used rail transportation services in Surakarta. Sampling was carried out using a purposive sampling method, with the criteria being that respondents were less than 40 years old and had used train transportation services at least 4 times in the last year. The research results show that there is a positive influence of employee service behavior orientation on service quality with a T statistic of 7.041 (>1.96) and a P value of 0.000 (<0.05) and a positive influence of physical facilities on service quality with a t statistic of 4.860 (>1.96) and P value 0.000 (<0.05). Apart from that, service quality has also been proven to have a positive effect on consumer satisfaction with a T statistic of 12.942 (>1.96) and a P value of 0.000 (<0.05). The implication of these findings is that it is important for rail transportation service companies to pay attention to employee behavior and physical facilities as an effort to improve service quality, which in turn can increase consumer satisfaction and the competitiveness of transportation service companies.

Keywords: Satisfaction, Service Quality, Physical Facilities, Servqual Theory, Rail Transportation.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengukuran kepuasan dan kualitas pelayanan terhadap konsumen dalam konteks jasa transportasi kereta api. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Servqual, yang menekankan pada lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Metode penelitian yang diterapkan adalah desain survei dengan melibatkan 140 responden pengguna jasa transportasi kereta api di Surakarta. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode purposive sampling, dengan kriteria responden berusia kurang dari 40 tahun dan telah menggunakan jasa transportasi kereta api setidaknya 4 kali dalam setahun terakhir. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif perilaku orientasi melayani karyawan terhadap kualitas pelayanan dengan T statistic 7,041 (>1,96) dan P value 0,000 (<0,05) dan pengaruh positif fasilitas fisik terhadap kualitas pelayanan dengan t statistic 4,860 (>1,96) dan P value 0,000 (<0,05). Selain itu, kualitas pelayanan juga terbukti berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dengan T statistic 12,942 (>1,96) dan P value 0,000 (<0,05). Implikasi dari temuan ini adalah pentingnya perusahaan jasa transportasi kereta api untuk memperhatikan perilaku karyawan dan fasilitas fisik sebagai upaya meningkatkan kualitas pelayanan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan daya saing perusahaan jasa transportasi.

Kata kunci: Kepuasan, Kualitas Pelayanan, Fasilitas Fisik, Teori Servqual, Transportasi Kereta Api.

INFEB is licensed under a Creative Commons 4.0 International License.



1. Pendahuluan

Dunia berada diera kompleksitas tinggi, sehingga organisasi bisnis meningkat pada nilai perusahaan dengan berfokus pada konsumen [1]. Salah satu bisnis jasa transportasi di Indonesia sangat berpengaruh pada mobilitas perekonomian. Sebagai perusahaan jasa transportasi, kepuasan konsumen dalam menggunakan pelayanan kereta api berkaitan dengan penggunaan jasa transportasi di Indonesia.

Konsumen adalah faktor penting dalam kesuksesan perusahaan, baik dalam penyediaan produk maupun jasa [2]. Kepuasan konsumen secara langsung dipengaruhi oleh pelayanan yang diberikan oleh perusahaan [3]. Jika konsumen tidak puas, konsumen dapat beralih ke perusahaan pesaing [4]. Oleh karena

itu, penting untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen dan mencari faktor penyebab ketidakpuasan untuk melakukan perbaikan [5].

Dalam transportasi, kualitas pelayanan memiliki peranan penting dalam kesuksesan perusahaan. Konsumen menilai kualitas pelayanan berdasarkan perbedaan antara pelayanan yang diberikan dan harapan yang dimiliki [6]. Kualitas pelayanan dipengaruhi oleh faktor karyawan, sistem teknologi, dan keterlibatan konsumen. Pelayanan yang berkualitas menjadi strategi penting bagi kesuksesan perusahaan di era persaingan yang ketat [7]. Manajemen yang baik dalam industri jasa menjadi hal yang penting untuk bersaing di pasar domestik maupun global [8]. Kualitas pelayanan memberikan kontribusi pada kepuasan konsumen, pangsa pasar, dan

profitabilitas perusahaan [9]. Karena itu, manajer perusahaan saat ini fokus pada pemahaman mengenai dampak kualitas pelayanan terhadap keuntungan dan hasil finansial perusahaan [10].

Kereta Api sebagai transportasi umum di bidang jasa angkutan darat menyadari pentingnya kepuasan konsumen [11]. Kereta api menjadi alternatif bagi masalah transportasi jalan raya dengan keunggulan seperti kapasitas angkut yang besar, efisiensi bahan bakar dan lahan, rendah polusi, keamanan yang relatif tinggi, dan efisiensi penggunaan lahan. Meskipun sektor publik memiliki keterbatasan anggaran, pemimpin organisasi sektor publik harus terus meningkatkan kualitas pelayanan [12]. Hal ini juga dilakukan oleh Kereta Api dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhan dan meningkatkan kepuasan konsumen. Pemahaman mengenai pentingnya kepuasan konsumen dan kualitas pelayanan dalam jasa transportasi kereta api menjadi landasan untuk pengembangan strategi dan peningkatan pelayanan yang lebih baik di masa depan [13].

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap konsumen yang menggunakan jasa transportasi kereta api [14]. Penelitian ini mengakui pentingnya faktor-faktor ini dalam mencapai tujuan perusahaan dan mempertahankan konsumen. Dalam penelitian ini, kualitas pelayanan dianggap sebagai faktor penting yang berkontribusi terhadap kepuasan konsumen. Dengan memberikan pelayanan yang berkualitas, seperti karyawan yang mampu menyelesaikan tugas dengan baik, memberikan pelayanan yang ramah dan memberikan informasi yang jelas kepada penumpang, serta meningkatkan kerja antara karyawan dan pimpinan, diharapkan perusahaan dapat memenuhi harapan konsumen dan menciptakan pengalaman positif [15].

Kepuasan konsumen dalam penelitian ini diukur berdasarkan sejauh mana kinerja produk memenuhi harapan konsumen [16]. Apabila kinerja produk sesuai atau melebihi harapan, maka konsumen akan merasa puas. Namun, jika kinerja produk jauh di bawah harapan, konsumen akan merasa tidak puas. Oleh karena itu, perusahaan perlu memastikan bahwa kinerja produk atau pelayanan yang mereka berikan sesuai dengan harapan konsumen untuk mencapai kepuasan konsumen yang lebih tinggi. Perusahaan perlu memberikan kepuasan kepada konsumen melalui pelayanan yang prima, harga yang bersaing, proses pembayaran yang mudah, serta menangani keluhan konsumen dengan cepat dan tepat [17]. Dengan uraian di atas, penelitian ini mencoba untuk mengkaji secara lebih mendalam mengenai pengukuran kepuasan dan kualitas pelayanan terhadap konsumen jasa transportasi kereta api. Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan dan rekomendasi bagi perusahaan dalam meningkatkan mutu kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen untuk mencapai kesuksesan jangka panjang [18].

Perumusan masalah dalam penelitian ini yaitu, Apakah perilaku orientasi melayani karyawan berpengaruh terhadap kualitas pelayanan jasa transportasi kereta api?. Apakah fasilitas fisik berpengaruh terhadap kualitas pelayanan jasa transportasi kereta api?. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen jasa transportasi kereta api? Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis pengaruh fasilitas fisik terhadap kualitas pelayanan jasa transportasi kereta api, untuk menganalisis pengaruh fasilitas fisik terhadap kualitas pelayanan jasa transportasi kereta api, dan untuk menganalisis pengaruh kepuasan konsumen terhadap jasa transportasi kereta api. Pengaruh perilaku orientasi melayani karyawan terhadap kualitas pelayanan dalam konteks industri jasa transportasi kereta api merupakan suatu aspek yang memerlukan tinjauan teori yang mendalam. Perilaku orientasi melayani karyawan dapat diartikan sebagai sikap, tindakan, dan respons yang ditunjukkan oleh karyawan dalam memenuhi kebutuhan, harapan, dan kepuasan konsumen.

Teori servqual menjadi landasan teoritis yang relevan dalam memahami pengaruh perilaku orientasi melayani karyawan terhadap kualitas pelayanan. Teori ini mengemukakan bahwa kepuasan konsumen terbentuk melalui perbandingan antara harapan konsumen sebelum menggunakan jasa transportasi kereta api dengan persepsi mereka setelah mengalami pelayanan. Dalam konteks ini, perilaku orientasi melayani karyawan memainkan peran kunci dalam mempengaruhi perbandingan tersebut.

Apabila perilaku orientasi melayani karyawan melebihi harapan konsumen, hal ini menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan oleh perusahaan transportasi kereta api melebihi ekspektasi konsumen [19]. Dalam hal ini, karyawan dapat menunjukkan sikap ramah, kesediaan untuk membantu, kemampuan berkomunikasi yang efektif, serta memberikan solusi yang efektif terhadap kebutuhan konsumen. Karyawan yang memiliki pengetahuan yang baik tentang jasa transportasi kereta api dan mampu memberikan informasi yang akurat juga berkontribusi dalam meningkatkan tingkat kepuasan konsumen [20].

Sebaliknya, jika perilaku orientasi melayani karyawan tidak memenuhi harapan konsumen, konsumen akan merasa tidak puas dengan pelayanan yang diberikan. Perilaku yang kurang responsif, kurang ramah, atau kurang kompeten dari karyawan dapat menimbulkan persepsi negatif terhadap kualitas pelayanan. Konsumen mungkin merasa bahwa pelayanan yang diterima tidak sesuai dengan harapan mereka, yang berpotensi mengurangi tingkat kepuasan dan mengakibatkan mereka mencari alternatif lain dalam menggunakan jasa transportasi kereta api.

Dalam rangka mengoptimalkan pengaruh perilaku orientasi melayani karyawan terhadap kualitas pelayanan, perusahaan transportasi kereta api perlu memperhatikan beberapa faktor. Pertama, pengembangan karyawan menjadi hal yang penting, di mana pelatihan dan pengembangan yang melibatkan

aspek interpersonal, pengetahuan produk, dan kemampuan problem solving dapat meningkatkan kualitas perilaku orientasi melayani karyawan. Kedua, pentingnya menerapkan mekanisme umpan balik dari konsumen guna memperoleh wawasan yang berharga tentang persepsi mereka terhadap perilaku orientasi melayani karyawan dan kualitas pelayanan secara keseluruhan. Dengan demikian, perusahaan dapat melakukan perbaikan dan penyesuaian yang diperlukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Dengan demikian, pengaruh perilaku orientasi melayani karyawan terhadap kualitas pelayanan dalam industri jasa transportasi kereta api merupakan aspek yang kompleks dan memerlukan pemahaman yang mendalam. Dengan mengadopsi teori servqual sebagai kerangka teoritis, perusahaan transportasi kereta api dapat memahami pentingnya perilaku orientasi melayani karyawan dalam mencapai kepuasan konsumen dan meningkatkan kualitas pelayanan secara keseluruhan.

H1: Perilaku orientasi melayani karyawan berpengaruh pada kualitas pelayanan jasa transportasi kereta api. Pengaruh fasilitas fisik pada kualitas pelayanan. Pengaruh fasilitas fisik terhadap kualitas pelayanan dalam konteks industri jasa transportasi kereta api menjadi perhatian penting dalam penelitian ini. Fasilitas fisik mencakup semua elemen fisik yang terkait dengan penyediaan jasa transportasi kereta api, seperti stasiun, peron, gerbang, tempat duduk, fasilitas toilet, dan area penungguan. Tinjauan teori yang mendalam terkait pengaruh fasilitas fisik ini menjadi relevan dalam memahami dampaknya terhadap pengalaman konsumen dan kualitas pelayanan yang diberikan.

Fasilitas fisik yang baik dapat memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kualitas pelayanan yang dirasakan oleh konsumen. Kualitas fasilitas fisik yang mencakup kebersihan, kenyamanan, keamanan, dan fungsionalitas akan mencerminkan upaya perusahaan transportasi kereta api dalam memberikan pengalaman yang positif kepada konsumen. Konsumen akan merasa puas dan terkesan ketika mereka menggunakan fasilitas fisik yang bersih, terawat dengan baik, dan sesuai dengan standar yang diharapkan. Sebaliknya, jika fasilitas fisik tidak memenuhi harapan konsumen, hal ini dapat menurunkan kualitas pelayanan dan menyebabkan ketidakpuasan konsumen.

Selain itu, fasilitas fisik juga dapat mempengaruhi persepsi konsumen tentang keamanan dan kenyamanan selama menggunakan jasa transportasi kereta api. Keberadaan fasilitas fisik yang aman dan nyaman, seperti tempat duduk yang ergonomis, pencahayaan yang memadai, dan area penungguan yang luas, akan memberikan rasa keamanan dan kenyamanan bagi konsumen. Hal ini akan berkontribusi pada peningkatan kualitas pelayanan yang dirasakan oleh konsumen.

Tinjauan teori juga menunjukkan bahwa fasilitas fisik yang baik dapat mempengaruhi persepsi konsumen tentang profesionalisme dan kredibilitas perusahaan

transportasi kereta api. Fasilitas fisik yang modern, terawat dengan baik, dan dilengkapi dengan teknologi yang mutakhir akan memberikan kesan bahwa perusahaan memiliki komitmen terhadap pelayanan yang berkualitas tinggi. Hal ini akan membangun citra positif perusahaan di mata konsumen dan dapat meningkatkan kepercayaan mereka terhadap jasa transportasi kereta api yang disediakan.

Dalam konteks pengaruh fasilitas fisik terhadap kualitas pelayanan, perusahaan transportasi kereta api perlu memperhatikan aspek perencanaan, perancangan, dan pemeliharaan fasilitas fisik dengan baik. Perusahaan harus berinvestasi dalam pembaruan dan perbaikan fasilitas fisik guna memenuhi harapan dan kebutuhan konsumen. Selain itu, perusahaan dapat melibatkan konsumen dalam proses perencanaan dan pengembangan fasilitas fisik, melalui mekanisme umpan balik atau penelitian pasar, untuk memastikan bahwa fasilitas yang disediakan benar-benar memenuhi kebutuhan dan preferensi konsumen.

Dengan demikian, pengaruh fasilitas fisik terhadap kualitas pelayanan dalam industri jasa transportasi kereta api sangat penting. Fasilitas fisik yang baik akan memberikan pengalaman positif bagi konsumen, meningkatkan kualitas pelayanan, dan berkontribusi pada kepuasan konsumen yang lebih tinggi. Oleh karena itu, perusahaan transportasi kereta api harus memberikan perhatian yang serius dalam merencanakan, merancang, dan memelihara fasilitas fisik guna mencapai kualitas pelayanan yang optimal.

H2: Fasilitas fisik berpengaruh pada kualitas pelayanan jasa transportasi kereta api.

Pengaruh kualitas pelayanan pada kepuasan. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen merupakan topik yang sangat relevan dalam industri jasa transportasi kereta api. Kualitas pelayanan mencerminkan sejauh mana harapan dan kebutuhan konsumen terpenuhi oleh pelayanan yang diberikan oleh perusahaan transportasi kereta api. Tinjauan teori yang komprehensif tentang pengaruh kualitas pelayanan pada kepuasan konsumen menjadi penting untuk memahami hubungan yang kompleks antara kedua konstruk ini.

Salah satu teori yang relevan adalah Model GAP Service Quality. Model ini mengidentifikasi lima dimensi kualitas pelayanan yang mempengaruhi kepuasan konsumen, yaitu keandalan, daya tanggap, asuransi, empati, dan penampilan fisik. Keandalan merujuk pada kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang konsisten dan dapat diandalkan, termasuk keberangkatan kereta yang tepat waktu dan kepatuhan terhadap jadwal. Daya tanggap berkaitan dengan kecepatan dan responsifitas perusahaan dalam menanggapi permintaan dan keluhan konsumen. Asuransi berarti keahlian dan pengetahuan karyawan dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Empati melibatkan sikap perhatian, kepedulian, dan pemahaman terhadap konsumen. Sedangkan penampilan fisik mencakup

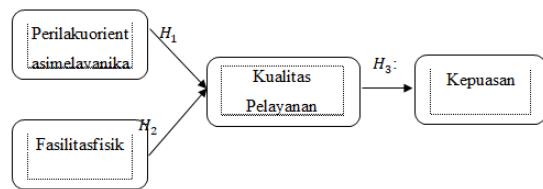
tampilan dan kondisi fisik dari fasilitas dan personel perusahaan.

Tinjauan teori lain yang relevan adalah Teori Servqual, yang mengidentifikasi lima dimensi kualitas pelayanan yang berkontribusi pada kepuasan konsumen. Dimensi-dimensi ini meliputi keandalan, daya tanggap, keakuratan, persepsi, dan penampilan. Keandalan mengacu pada kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang dapat diandalkan dan konsisten. Daya tanggap berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk menanggapi kebutuhan dan permintaan konsumen secara tepat waktu. Keakuratan mengacu pada kesesuaian antara janji yang diberikan oleh perusahaan dengan kenyataan yang terjadi. Persepsi berhubungan dengan kemampuan perusahaan untuk memahami kebutuhan dan harapan konsumen. Sedangkan penampilan berkaitan dengan kesan visual dan estetika yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumen.

Pengaruh kualitas pelayanan yang baik pada kepuasan konsumen dapat membawa sejumlah manfaat bagi perusahaan transportasi kereta api. Konsumen yang puas cenderung menjadi pelanggan yang loyal dan berpotensi untuk memberikan rekomendasi kepada orang lain. Selain itu, kepuasan konsumen juga dapat mempengaruhi citra perusahaan, reputasi merek, dan keberhasilan jangka panjang perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan transportasi kereta api harus fokus pada peningkatan kualitas pelayanan mereka untuk memastikan tingkat kepuasan konsumen yang tinggi.

Dengan demikian, pengaruh kualitas pelayanan pada kepuasan konsumen dalam industri jasa transportasi kereta api sangat penting. Melalui tinjauan teori yang komprehensif, dapat dipahami bahwa faktor-faktor kualitas pelayanan, seperti keandalan, daya tanggap, asuransi, empati, dan penampilan fisik, memiliki dampak yang signifikan pada kepuasan konsumen. Meningkatkan kualitas pelayanan merupakan langkah penting bagi perusahaan transportasi kereta api untuk memperoleh kepuasan konsumen yang tinggi, membangun loyalitas pelanggan, dan mencapai keberhasilan jangka panjang. H3: Kualitas pelayanan berpengaruh pada kepuasan konsumen jasa transportasi kereta api.

Kerangka pemikiran merupakan sintesis hasil dari tinjauan teori yang saling berkaitan antar variabel penelitian. Hal tersebut bertujuan untuk memecahkan sebuah masalah penelitian dan merumuskan hipotesis yang berpengaruh pada perilaku orientasi melayani karyawan, fasilitas fisik, kualitas pelayanan, dan kepuasan. Berdasarkan variabel penelitian ini dapat digambarkan dalam satu model kerangka penelitian ditampilkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Kerangka Penelitian

2. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang mengumpulkan dan menganalisis data dalam bentuk angka dan statistik. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur hubungan antara variabel-variabel yang diteliti dan menyediakan pemahaman yang lebih objektif tentang fenomena yang sedang diamati.

Dalam penelitian ini, data dikumpulkan melalui penggunaan kuesioner yang berisi pertanyaan-pertanyaan terstruktur dengan skala Likert. Data yang diperoleh akan dianalisis secara statistik menggunakan perangkat lunak SMART PLS. Melalui penelitian kuantitatif, peneliti dapat menganalisis hubungan antara variabel-variabel yang diteliti seperti pengaruh perilaku orientasi melayani karyawan dan fasilitas fisik terhadap kualitas pelayanan, serta pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Dengan menggunakan analisis statistik, peneliti dapat menyajikan temuan yang objektif dan dapat dipertanggungjawabkan.

Jenis penelitian kuantitatif ini memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan data yang terstruktur dan menyediakan pemahaman yang lebih luas tentang fenomena yang diteliti. Dengan melibatkan jumlah responden yang cukup banyak, penelitian ini memiliki potensi untuk menghasilkan generalisasi yang lebih luas tentang pengaruh perilaku orientasi melayani karyawan, fasilitas fisik, kualitas pelayanan, dan kepuasan konsumen dalam konteks industri transportasi kereta api. Dengan demikian, jenis penelitian kuantitatif dipilih untuk memberikan landasan yang kuat dalam memahami dan menganalisis pengaruh variabel-variabel yang diteliti secara obyektif dan sistematis.

Kepuasan Konsumen mengacu pada tingkat kepuasan atau ketidakpuasan konsumen terhadap pelayanan yang diterima dari perusahaan transportasi kereta api. Pengukuran variabel Kepuasan Konsumen dilakukan melalui kuesioner dengan menggunakan pernyataan-pernyataan terkait tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan. Skala Likert 1-5 digunakan, di mana angka 1 menunjukkan Sangat Tidak Puas dan angka 5 menunjukkan Sangat Puas.

Pada kuesioner, setiap variabel terdiri dari 20 pertanyaan yang dirancang untuk mencakup aspek-aspek yang relevan dengan variabel tersebut. Skala Likert 1-5 digunakan untuk memperoleh tingkat tanggapan atau persepsi responden terhadap setiap

pernyataan yang diajukan. Penggunaan skala ini memungkinkan penilaian yang lebih terperinci dan memberikan ruang bagi responden untuk mengekspresikan tingkat setuju atau tidak setuju mereka terhadap pernyataan yang diberikan.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh melalui penggunaan kuesioner elektronik. Kuesioner tersebut diisi oleh responden yang merupakan pengguna jasa transportasi kereta api dalam rentang usia produktif (kurang dari 40 tahun) dan telah menggunakan jasa transportasi kereta api setidaknya 4 kali dalam setahun terakhir. Jumlah responden yang terlibat dalam penelitian ini adalah sebanyak 140 orang.

Sumber data utama dalam penelitian ini adalah responden yang secara sukarela mengisi kuesioner elektronik yang disebarluaskan melalui platform Google Form. Responden dipilih secara acak dari berbagai kota atau daerah yang memiliki akses dan penggunaan transportasi kereta api yang signifikan. Data yang dikumpulkan melalui kuesioner meliputi tanggapan dan penilaian responden terhadap variabel-variabel yang diteliti, yaitu perilaku orientasi melayani karyawan, fasilitas fisik, kualitas pelayanan, dan kepuasan konsumen. Setiap variabel diukur menggunakan skala Likert 1-5, di mana responden memberikan penilaian berdasarkan tingkat setuju atau tidak setuju terhadap pernyataan yang diberikan. Pembagian penilaian menggunakan skala likert disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Skala Likert

Pernyataan	Bobot
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

Sumber data tersebut digunakan untuk mendukung analisis dan pembahasan penelitian serta memperkaya pemahaman tentang pengaruh perilaku orientasi melayani karyawan, fasilitas fisik, kualitas pelayanan, dan kepuasan konsumen dalam konteks industri transportasi kereta api. Dalam menganalisis data, perangkat lunak SMART PLS digunakan untuk melakukan uji validitas dan reliabilitas terhadap instrumen kuesioner yang digunakan. Data yang tidak memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas akan ditolak atau dihapus dari analisis. Hal tersebut untuk membuktikan data dalam proses penelitian ini diharapkan menghasilkan data yang valid.

Dalam penelitian ini, pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode purposive sampling. Pendekatan ini bertujuan untuk memastikan bahwa setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai responden dalam penelitian. Populasi diidentifikasi sebagai pengguna jasa transportasi kereta api yang memenuhi kriteria usia dan frekuensi penggunaan yang telah ditetapkan. Kriteria responden dalam penelitian ini adalah pengguna jasa transportasi kereta api yang berusia kurang dari 40

tahun dan telah menggunakan jasa transportasi kereta api setidaknya 4 kali dalam setahun terakhir. Pertimbangan usia 40 tahun karena pada usia tersebut seseorang berada pada puncak aktivitas produktivitas. Pengguna jasa kereta api yang sudah menggunakan jasa lebih dari 4 kali dianggap mampu merespon dan memahami layanan yang ada di jasa kereta api.

Ukuran sampel ditentukan berdasarkan pertimbangan statistik untuk memperoleh ukuran sampel yang memadai dalam mewakili populasi. Dalam hal ini, jumlah sampel yang ditetapkan adalah sebanyak 140 responden. Dalam pengambilan sampel, penggunaan teknik purposive sampling dilakukan. Hal ini dilakukan dengan memilih responden sesuai kriteria yang telah ditetapkan. Proses ini dapat dilakukan dengan menggunakan daftar pengguna jasa transportasi kereta api yang tersedia atau dengan menggunakan teknik pengambilan sampel acak melalui platform daring.

3. Hasil dan Pembahasan

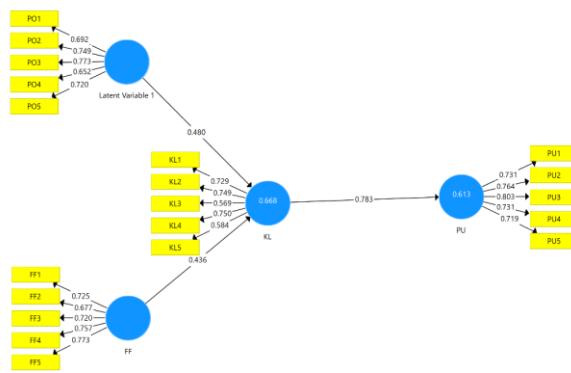
Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pengelolaan data dalam bentuk kuesioner yang terdiri dari 20 pertanyaan mengenai perilaku orientasi melayani karyawan, fasilitas fisik, kualitas pelayanan, dan kepuasan konsumen jasa transportasi kereta api. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini diberikan kepada 140 responden konsumen pengguna jasa transportasi kereta api di Surakarta.

Identitas Responden yaitu kriteria-kriteria responden dalam penelitian ini sebagai berikut kelompok usia. Kelompok usia disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Kelompok Usia

No	Usia	Jumlah	Persentase
1	< 17 tahun	11	7,97
2	20 – 25 tahun	95	68,84
3	> 30 tahun	32	23,19
Jumlah		138	100

Dalam penelitian ini, usia responden terbagi menjadi tiga bagian diantaranya usia 17 tahun kebawah, usia 20 sampai 25 tahun dan usia 30 tahun keatas. Yang mendominasi mengisi kuesioner adalah kelompok umur 20 sampai 25 tahun dengan jumlah 95 responden. Sedangkan yang paling sedikit di kelompok umur 17 tahun ke bawah dengan jumlah 11 responden. Pada tabel diatas menunjukkan antusias yang tinggi pada kalangan remaja yang berusia 20-25 tahun menunjukkan adanya kepedulian terhadap penilaian kinerja pada pelayanan jasa transportasi kereta api yang digunakan. Hal ini menunjukkan adanya sebuah evaluasi atau peningkatan pelayanan yang diharapkan oleh pengguna jasa transportasi kereta api. Selanjutnya Outer Model ditampilkan pada Gambar 2.



Gambar 2. Outer Model

Gambar 2 merupakan gambar outer model. Outer model digunakan untuk memastikan apakah instrument yang digunakan dalam data penelitian ini layak atau tidak dengan mempertimbangkan validitas dan reliabilitasnya. Hasil dari pengujian outer model adalah output berupa loading factor untuk melihat validitas indikator, tabel reliabilitas dan AVE untuk melihat validitas konstruk dan reliabilitas konstruk, serta R Square dan F Square yang digunakan untuk melihat seberapa besar pengaruh suatu variabel terhadap variabel lainnya. Berikut hasil dari uji outer model yang menggunakan SmartPLS Loading Factor. Selanjutnya disajikan hasil loading factor pada Tabel 3.

Tabel 3. Loading Factor

Indikator	Faktor Fisik (FF)	Kualitas Pelayanan (KL)	Perilaku Orientasi (PO)	Kepuasan (PU)
FF1	0.725			
FF2	0.677			
FF3	0.720			
FF4	0.757			
FF5	0.773			
KL1		0.729		
KL2		0.749		
KL3		0.569		
KL4		0.750		
KL5		0.584		
PO1			0.692	
PO2			0.749	
PO3			0.773	
PO4			0.652	
PO5			0.720	
PU1				0.731
PU2				0.764
PU3				0.803
PU4				0.731
PU5				0.719

Dalam menentukan validitas berdasarkan outer model, terdapat ketentuan indikator valid jika memiliki skor loading factor $>0,7$, namun untuk penelitian exploratory skor loading factor 0,5-0,6 sudah dianggap cukup valid. Dalam penelitian ini digunakan acuan 0,5-0,6 untuk menentukan valid atau tidaknya indikator

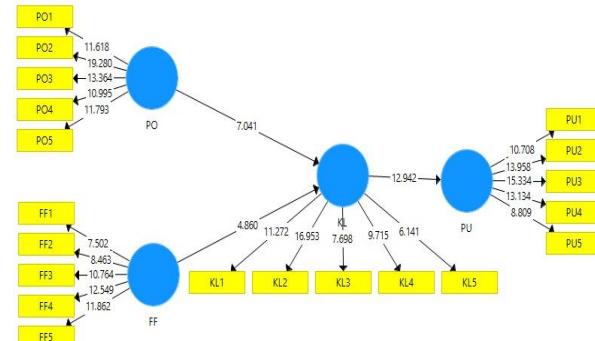
berdasarkan loading factor. Berdasarkan tabel di atas didapatkan skor loading factor semua indikator sudah $>0,5$ yang artinya indikator yang digunakan memiliki validitas yang cukup baik. Uji validitas adalah kondisi yang digunakan untuk menggambarkan tingkat instrument yang berhubungan ataupun mengukur apa yang dikukur. Hasil penelitian dikatakan valid apabila ada kesamaan antara data yang diperoleh dengan data sesungguhnya yang terjadi pada obyek yang diteliti.

Uji realibilitas merupakan suatu instrument yang digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrument tersebut baik. Instrumen variabel dapat memenuhi jika memenuhi syarat reliabilitas jika nilai Cronbach's Alpha > 0.7 dan nilai AVE > 0.5 . Hasil validitas dan reliabilitas dalam penelitian ini yang disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average VarianceExtracted (AVE)
Faktor Fisik (FF)	0.783	0.788	0.851	0.534
Kualitas Pelayanan(KL)	0.706	0.719	0.810	0.464
Perilaku Orientasi(PO)	0.766	0.775	0.842	0.516
Kepuasan (PU)	0.805	0.808	0.865	0.563

Berdasarkan tabel hasil uji reliabilitas di atas didapatkan skor Cronbach's Alpha semua variabel $>0,7$. Factor fisik memiliki skor 0.783, kemudian kualitas pelayanan 0.706, kemudian perilaku orientasi 0.766, dan kepuasan 0.805. Ini artinya semua variabel memiliki tingkat reliabilitas yang baik. Namun didapatkan satu variabel yang memiliki skor AVE kurang dari 0,5 yaitu kualitas pelayanan dengan skor 0,464. Ini artinya variabel factor fisik, perilaku orientasi, dan kepuasan memiliki tingkat validitas konstruk yang baik, namun untuk variabel kualitas pelayanan memiliki validitas konstruk yang tergolong cukup. Selanjutnya hasil pengujian inner model ditampilkan pada Gambar 3.



Gambar 3. Hasil Pengujian Inner Model

Gambar 3 menunjukkan hasil pengujian inner model yang digunakan untuk pengambilan keputusan hipotesis penelitian. Dari gambar tersebut didapatkan output berupa tabel Path Coefficient. Patch coefficients merupakan suatu nilai yang menunjukkan arah hubungan pada variabel apakah hubungan itu memiliki arah negative maupun positif. Nilai patch coefficients berkisar antara -1 sampai +1 semakin mendekati +1

maka hubungan kedua variabel semakin kuat namun apabila mendekati -1 maka hubungan tersebut semakin lemah yang bersifat negative. Hasil penelitian koefisien jalur (path coefficients) disajikan pada Tabel 5.

Tabel 5. Hasil Penelitian Koefisien Jalur (Path Coefficients)

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Faktor Fisik (FF) -> Kualitas Pelayanan (KL)	0.436	0.410	0.090	4.860	0.000
Kualitas Pelayanan (KL) -> Kepuasan (PU)	0.783	0.782	0.060	12.942	0.000
Perilaku Orientasi (PO) -> Kualitas Pelayanan (KP)	0.480	0.498	0.068	7.041	0.000

Berdasarkan tabel 5 didapatkan skor original sample semua variabel bernilai positif. Ini menunjukkan bahwa variabel faktor fisik dan perilaku orientasi berpengaruh positif terhadap kualitas pelayanan dan variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan. Dalam pengambilan keputusan hipotesis dilakukan berdasarkan skor probabilitas dengan hasil sebagai berikut faktor fisik terhadap kualitas pelayanan 0,000 ($<0,05$) berpengaruh signifikan. Perilaku orientasi terhadap kualitas pelayanan 0,000 ($<0,05$) berpengaruh signifikan. Kualitas pelayanan terhadap kepuasan 0,000 ($<0,05$) berpengaruh signifikan.

Dari skor di atas dapat diketahui bahwa faktor fisik dan perilaku orientasi berpengaruh positif signifikan terhadap kualitas pelayanan dan kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan. Maka dapat disimpulkan semua hipotesis dalam penelitian ini diterima. Nilai R Square merupakan koefisien determinasi pada konstruk endogen yang menjelaskan variasi dari variabel eksogen terhadap variabel endogenya. Ada beberapa kriteria R square diantaranya adalah 0,67 yang artinya kuat, 0,33 artinya moderat, dan 0,19 artinya lemah. Selanjutnya hasil perhitungan R Square disajikan pada Tabel 6.

Tabel 6. Hasil Perhitungan R Square

Ket	R Square	R Square Adjusted
KL	0.668	0.663
PU	0.613	0.610

Berdasarkan tabel 6 didapatkan skor R Square KL sebesar 0,668 yang artinya pengaruh variabel-variabel independen terhadap kualitas pelayanan sebesar 66,8% yang tergolong cukup kuat. Kemudian skor R Square PU sebesar 0,613 yang artinya pengaruh variabel-variabel independen terhadap kepuasan sebesar 61,3% yang tergolong cukup kuat. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel dalam penelitian ini memiliki pengaruh cukup kuat terhadap variabel lainnya.

Effect Size merupakan Langkah yang dilaksanakan untuk mengetahui perubahan R Square pada konstruk endogen yang memperlihatkan pengaruh konstruk eksogen terhadap konstruk endogen terkait. Pada effect size memiliki kategori nilai diantaranya adalah 0,02 yang memiliki arti kategori perubahan kecil, 0,15 yang memiliki arti perubahan kategori menengah dan 0,35 yang memiliki arti perubahan kategori besar. Selanjutnya hasil perhitungan F Square pada penelitian ini disajikan pada Tabel 7.

Tabel 7. Hasil Perhitungan F Square

Endogen				
Eksogen	Faktor Fisik (FF)	Kualitas Pelayanan (KL)	Perilaku Orientasi (PO)	Kepuasan (PU)
Faktor Fisik (FF)	0.375			1.584
Kualitas Pelayanan (KL)			0.455	
Perilaku Orientasi (PO)				
Kepuasan (PU)				

Berdasarkan tabel F square didapatkan skor F square faktor fisik terhadap kualitas pelayanan sebesar 0,375 yang artinya tergolong besar, kemudian skor F square perilaku orientasi terhadap kualitas pelayanan sebesar 0,455 yang artinya tergolong besar, kemudian skor F square kualitas pelayanan terhadap kepuasan sebesar 1,584 yang juga tergolong besar. Maka dapat disimpulkan bahwa faktor fisik dan perilaku orientasi memiliki pengaruh besar dalam meningkatkan kualitas pelayanan, dan pelayanan yang maksimal akan memberi pengaruh besar pada kepuasan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengukuran kepuasan dan kualitas pelayanan terhadap konsumen dalam konteks jasa transportasi kereta api. Responden yang diambil sebanyak 140 orang dengan kriteria berusia kurang dari 40 tahun dan telah menggunakan jasa transportasi kereta api setidaknya 4 kali dalam setahun terakhir. Analisis dilakukan dengan SmartPLS 3.0. Dari 140 responden terdapat responden berusia <17 tahun sebanyak 11 orang (7,97%), responden berusia 20-25 tahun sebanyak 95 orang (68,84%), responden berusia >30 tahun sebanyak 32 orang (23,19%).

Analisis dilakukan dengan dua tahap yaitu outer model dan inner model. Pada tahap outer model dilakukan uji validitas, reliabilitas, dan multikolinearitas. Uji validitas dilakukan dengan melihat skor loading factor dimana skor $>0,7$ menunjukkan indikator yang valid, namun skor $0,5 - 0,6$ juga sudah dianggap cukup valid. Hasil analisis menunjukkan skor masing-masing indikator sudah berada di atas 0,5 yang artinya indikator-indikator tersebut valid. Pada uji reliabilitas digunakan kriteria Cronbach's Alpha dan Composite Reliability, dimana skor $>0,7$ menunjukkan skala sudah reliabel. Hasil analisis menunjukkan bahwa skor reliabilitas semua variabel sudah di atas 0,7 yang artinya sudah reliabel.

Setelah dilakukan pengujian outer model selanjutnya dilakukan pengujian inner model untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian inner model juga dapat dikatakan sebagai uji hipotesis karena dapat dilihat apakah hipotesis diterima atau ditolak. Dari hasil pengujian inner model didapatkan skor R square kualitas pelayanan sebesar 0,668 yang artinya pengaruh variabel-variabel independen terhadap kualitas pelayanan sebesar 66,8% yang tergolong cukup kuat. Kemudian skor R Square kepuasan sebesar 0,613 yang artinya pengaruh variabel-variabel independen terhadap kepuasan sebesar 61,3% yang tergolong cukup kuat.

Dalam pengujian hipotesis didapatkan pengaruh faktor fisik dan perilaku orientasi terhadap kualitas pelayanan memiliki p value sebesar 0,000 (<0,05). Hal tersebut menunjukkan bahwa faktor fisik dan perilaku orientasi mampu memberi pengaruh signifikan terhadap kualitas pelayanan yang dirasakan. Kemudian didapatkan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan medapatkan p value sebesar 0,000 (<0,05). Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang baik akan berpengaruh pada kepuasan yang dirasakan. Maka dapat disimpulkan bahwa semua hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima.

4. Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku orientasi dan fasilitas fisik berpengaruh signifikan terhadap kualitas pelayanan dengan p value masing-masing 0,000 (<0,05). Kemudian kualitas pelayanan juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan p value 0,000 (<0,05). Temuan ini menekankan pentingnya peran karyawan dalam memberikan pelayanan yang baik, ramah, dan efisien kepada pelanggan. Perusahaan harus memberikan perhatian khusus dalam melatih dan mengembangkan perilaku orientasi karyawan agar dapat memberikan pengalaman positif kepada pelanggan. Selain itu, fasilitas fisik yang memadai juga menjadi faktor penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Organisasi harus memastikan fasilitas fisik seperti lingkungan, peralatan, dan tata letak sesuai dengan kebutuhan pelanggan untuk menciptakan pengalaman yang nyaman dan memuaskan. Dalam hal kualitas pelayanan, penelitian ini menunjukkan bahwa meningkatkan kualitas pelayanan dapat berkontribusi secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Responsivitas, kehandalan, jaminan, empati, dan aspek-aspek lain yang terkait dengan kualitas pelayanan perlu diperhatikan oleh organisasi. Mengadopsi praktik terbaik, menggunakan alat pengukuran dan pengendalian kualitas yang tepat, serta berinteraksi secara efektif dengan pelanggan dapat membantu meningkatkan kualitas pelayanan.

Daftar Rujukan

- [1] Arhas, S. H., Suprianto, S., Darwis, M., Saleh, S., Jamaluddin, J., & Nasrullah, Muh. (2022). Service Quality and Customer Loyalty at Grapari. *KnE Social Sciences*. DOI: <https://doi.org/10.18502/kss.v7i5.10590> .
- [2] Adebiyi, S. O., Akinrinmade, O. J., & Amole, B. B. (2022). Optimizing Service Quality Management of The Bus Rapid Transport System in Lagos Using The Multi-Criteria Decision Analysis. *Scientific Journal of Silesian University of Technology. Series Transport*, 116, 5–23. DOI: <https://doi.org/10.20858/sjsutst.2022.116.1> .
- [3] O'Day, B., Palsbo, S. E., Dhont, K., & Scheer, J. (2002). Health Plan Selection Criteria By People with Impaired Mobility. *Medical Care*, 40(9), 732–742. DOI: <https://doi.org/10.1097/00005650-200209000-00003> .
- [4] Wysong, E., & Perrucci, R. (2021). The Future of Inequality. In *Power and Inequality* (pp. 181–197). Routledge. DOI: <https://doi.org/10.4324/9781315201511-24> .
- [5] Chun, S., & Nam, K. (2020, February 1). Corrigendum to A Public Healthscape Framework for Assessing Geriatric Long-Term Care Public Hospitals in South Korea By A Delphi Expert Consultation [Build. Environ. 165 (2019) 1–13](S0360132319305013)(10.1016/j.buildenv.2019.106291). *Building and Environment*. Elsevier Ltd. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.buildenv.2019.106454> .
- [6] Alfarizi, M., & Ngatindriatun. (2022). Determination of the Intention of MSMEs Owners Using Sharia Cooperatives in Improving Indonesian Islamic Economic Empowerment. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 9(6), 834–849. DOI: <https://doi.org/10.20473/vol9iss20226pp834-849> .
- [7] Zahara, Z., Rombe, E., Ngatimun, N., & Suharsono, J. (2021). The Effect of E-Service Quality, Consumer Trust and Social Media Marketing on Intention to Use Online Transportation Services. *International Journal of Data and Network Science*, 5(3), 471–478. DOI: <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2021.4.001> .
- [8] Guidon, S., Wicki, M., Bernauer, T., & Axhausen, K. (2020). Transportation Service Bundling—for Whose Benefit? Consumer Valuation of Pure Bundling In The Passenger Transportation Market. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 131, 91–106. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tra.2019.09.023> .
- [9] Do, Q. H., & Vu, T. H. A. (2020). Understanding Consumer Satisfaction with Railway Transportation Service: An Application of 7Ps Marketing Mix. *Management Science Letters*, 10(6), 1341–1350. DOI: <https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.11.023> .
- [10] Mey Anjani, I Nyoman Putu Budiarta, & Desak Gde Dwi Arini. (2022). Penyelesaian Sengketa Cargo atas Keterlambatan terhadap Pengangkutan Muatan Melalui Kapal Laut (Studi Kasus di PT. Bali Intercont Cargo). *Jurnal Interpretasi Hukum*, 3(1), 113–117. DOI: <https://doi.org/10.22225/juinum.3.1.4722.113-117> .
- [11] Lie, D., Efendi, E., Siregar, R. T., Sisca, S., & Sudirman, A. (2022). Consumer Behavior in Adopting Application-Based Transportation Services. *International Journal of Global Optimization and Its Application*, 1(3), 202–214. DOI: <https://doi.org/10.56225/ijgoia.v1i3.72> .
- [12] Kapriani, K., Asmawiyah, A., Thaha, S., & Hariyanti, H. (2021). Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Transportasi Online Maxim di Makassar. *Al-Buhuts*, 17(1), 142–161. DOI: <https://doi.org/10.30603/ab.v17i1.2251> .
- [13] Subiantoro, B. S. S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Pemoderasi (Studi Kasus Pada Konsumen Gojek di Kota Banjarmasin). *At-Tadbir: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 4(1). DOI: <https://doi.org/10.31602/atd.v4i1.2435> .
- [14] Mogaji, E., & Erkan, I. (2019). Insight Into Consumer Experience On UK Train Transportation Services. *Travel Behaviour and Society*, 14, 21–33. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tbs.2018.09.004> .
- [15] Lupita, A., Yasin Ardhy, M., & Fahrurrobin, M. (2019). Perlindungan Hukum terhadap Konsumen Pengguna Jasa Transportasi Online. *Jurnal Hukum Jurisdictie*, 1(2), 13–33. DOI: <https://doi.org/10.34005/jhj.v1i2.13> .

- [16] Kusuma Minarta, M., Wijiaستuti, S., & Darsono, D. (2023). Brand Image, Price, and Facilities Affect Consumer Decisions Using Tourism Bus Services (Survey On Consumers Pt. Kusuma Trans In Klaten Regency). *International Journal of Business, Law, and Education*, 4(1), 61–69. DOI: <https://doi.org/10.56442/ijble.v4i1.131>.
- [17] Basalamah, J., Syahnur, Muh. H., Ashoer, M., & Bahari, A. F. (2020). Consumer Behavior in Online Transportation Services: A Systematic review of Business Strategies. *Ilomata International Journal of Management*, 1(3), 134–144. DOI: <https://doi.org/10.52728/ijjm.v1i3.135>.
- [18] Gultom, E. R., & Budhianti, M. I. (2022). Do Consumers of Online Transportation Services Get Legal Protection?. *Jambura Law Review*, 4(1), 89–103. DOI: <https://doi.org/10.33756/jlr.v4i1.11392>.
- [19] Ginting, P. J., Wijaya, F., & Jung, C. (2021). Improving Service Quality towards Consumer Satisfaction on Gojek Transportation Services Using the Importance Performance Analysis (IPA) Method. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, 4(2), 3250–3257. DOI: <https://doi.org/10.33258/birci.v4i2.2075>.
- [20] Zamrud, W. O., & Syarifuddin, M. (2022). Perlindungan Hukum Terhadap Data Pribadi Konsumen Pengguna Jasa Ojek Online. *Jurnal Ilmu Hukum Kanturuna Wolio*, 157–171. DOI: <https://doi.org/10.55340/jkw.v3i2.787>.