

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dapat dikemukakan kesimpulan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Keandalan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Kereta Api di Kota Padang
2. Daya tanggap tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Kereta Api di Kota Padang
3. Jaminan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Kereta Api di Kota Padang
4. Empati berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Kereta Api di Kota Padang
5. Bukti fisik tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Kereta Api di Kota Padang

5.2 Implikasi Praktis

Berdasarkan analisis dan hasil pengujian hipotesis, maka terdapat sejumlah implikasi yang harus diambil oleh Kereta Api di Kota Padang sebagai upaya menarik penumpang untuk bepergian menggunakan jasa layanannya.

1. *Reliability* yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan sesuai yang ditawarkan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *reliability* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Diharapkan untuk kedepannya PT KAI dapat terus menjaga layanan sesuai dengan yang dijanjikan dan dapat meningkatkan dengan inovasi-inovasi sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

2. *Responsiveness* adalah respon atau kesigapan petugas dalam membantu dan memberikan pelayanan terhadap pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *responsiveness* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Diharapkan untuk kedepannya PT KAI mampu menampung keluhan pelanggan dengan kotak saran dan menyediakan solusi untuk meningkatkan kualitas layanan untuk kepuasan pelanggan.
3. *Assurance* meliputi kemampuan petugas atas pengetahuan terhadap produk, keramahan, perhatian dan kesopanan dalam memberikan pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi, kemampuan memberikan rasa aman, serta kemampuan memberikan rasa kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *assurance* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Diharapkan untuk kedepannya PT KAI mampu memberikan informasi yang tepat dan dibutuhkan pelanggan melalui petugasnya agar meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap kereta api.
4. *Empathy* yaitu perhatian secara individual yang diberikan perusahaan kepada konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *empathy* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan

pelanggan. Diharapkan untuk kedepannya PT KAI meningkatkan kemampuan komunikasi para petugasnya dan mau mengambil inisiatif untuk mencari keluhan dibandingkan hanya menerima keluhan pelanggan.

5. *Tangibles* adalah pelayanan yang meliputi penyediaan fasilitas, penampilan fisik, kebersihan, kerapian, kenyamanan ruangan, dan teknologi yang digunakan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *tangibles* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa penampilan fisik dari kereta api tidak terlalu diperhatikan oleh pelanggan.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari bahwa penelitian yang telah berhasil diselesaikan saat ini masih memiliki sejumlah kekurangan dan kelemahan yang terjadi akibat adanya keterbatasan yang peneliti miliki. Secara umum keterbatasan yang peneliti rasakan adalah, Pada penelitian ini umumnya yang bepergian menggunakan transportasi kereta api yaitu pelajar/mahasiswa.

5.4 Saran

1. Penelitian yang akan datang dapat mereplikasi model penelitian ini dan selanjutnya diujikan pada pengguna transportasi umum lainnya.
2. Penelitian berikutnya juga dapat mengembangkan model penelitian ini dengan mempertimbangkan atau menambahkan variabel lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrilliana, N. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Grab di Kota Palembang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 1(2), 46-55.
- Agus,A. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Mandiri Persero, Tbk cabang Pinrang Kabupaten Pinrang (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar).
- Akbar, R. N., & Arifin, Z. (2016). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan (studi pada nasabah prioritas PT. AIA Financial cabang Malang, Jawa Timur). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 30(1).
- Apriyani, D. A., & Sunarti, S., (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen . *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 51(2). 1-7
- Arief. 2007. Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan. Malang : Bayu Media Publishing.
- Dony, H. C. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan (Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy) Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen Wijsoen Coffee Container Jalan Uler Kambang Ponorogo (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Ponorogo).
- Fandy Tjiptono, 2006, Manajemen Jasa, Andi, Yogyakarta
- Firdanila, F. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Di BMT Al-Aqobah Pusri Palembang (Doctoral dissertation, UIN Raden Fatah Palembang)
- Khaliq, R. (2018).Pengaruh *Funtional Quality, Technical Quality* Terhadap Kepuasan Konsumen dan *Word Of Mouth Communication* Konsumen Laundry ABC. *At-Taradhi:Jurnal Studi Ekonomi*, 9(2), 104-112.
- Khaliq, R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri di Banjarmasin Kalimantan Selatan. *Relevance: Journal of Management and Business*, 2(1).
- Kasmir. (2017). *Customer Service Excellent*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kotler, Philip. 2008. Principle Of Marketing 12th Edition. Prinsip-prinsip Pemasaran (12th Ed). Ahli Bahasa: Sabran, Bob. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2017 Manajemen Pemasaran. Edisi 12 Jilid Jakarta : Erlangga

- Kotler, Philip. & Armstrong, Gary. 2014. *Principle of Marketing*, 15th Edition. Pearson Prentice Hall. New Jersey
- Lovelock, Cristopher, and Jochen Wirtz. 2011. *Service Marketing, People, Tecnology, Strategy*. New Jersey.
- Lupiyoadi Rambat. 2008. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat Jakarta
- Lupiyoadi, Rambat. 2010. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Ke 3 Jakarta : Salemba Empat
- Madona, Fitri (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang*. Universitas Sriwijaya. Palembang
- Margaretha, 2003. *Kualitas Pelayanan: Teori dan Aplikasi*. Penerbit Mandar Maju, Jakarta.
- Metayunika, Vidya. (2013). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan (Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Emphaty) Terhadap Kepuasan Konsumen*. Skripsi. Universitas Diponegoro. Semarang
- Monica, C., & Marlius, D. (2023). *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Nagari cabang Muaralabuh*. *Jurnal Pundi*, 7(1), 53-62.
- Mulyapradana, A., Anjarini, A. D., & Harnoto, H. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Tempo Cabang Tegal*. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 3(1), 26-38.
- Nasfi, N., Rahmad, R., & Sabri, S. (2020). *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah perbankan syariah*. *Ekonomika Syariah: Journal of Economic Studies*, 4(1), 19-38.
- Nazilah, R. (2015). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Pembiayaan PT Astra Sedaya Finance (ACC) Cabang Surabaya 1*. *karyailmiah.narotama.ac.id*.
- Panjaitan, J. E. (2016). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Bandung*. *DeReMa Jurnal Manajemen*, 11(2), 265-289.
- Prakoso, Bayu dan Nurhadi. 2017. *Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen dalam Memakai Jasa Percetakan Embong Anyar di Gresik*. 8(1): 20

- Samsidar, (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Penggunaan Jasa Hotel Denpasar Makassar. Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). Perilaku Konsumen (W. Nikoemus, Ed.). Yogyakarta: Andi.
- Saputra, S., & Sudarsa, R. Y. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Grand Setiabudi Hotel & Apartment. *Pro Mark*, 9(2), 11-11.
- Sasongko, F. (2013). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan restoran ayam penyet ria. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 1(2), 1-7.
- Setiawan, A., Qomariah, N., & Hermawan, H. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Sains Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 9(2), 114-126.
- Simon, K., Utami, C. W., & Padmalia, M. (2016). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan surya nalendra sejahtera tours & travel. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(3), 382-387.
- Sunyoto, D. (2012). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Caps.
- Suryadharma, I W. W., & Nurcahya, I K. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Pada Kepuasan Pelanggan Hotel Bintang Pesona. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 4(4), 930- 942. 1-7
- Suryani, T. (2017). *Manajemen pemasaran strategik bank di era global*. Prenada Media
- Swastha, B. (2010). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Tjiptono, F. (2006). *Pemasaran Jasa*, edisi pertama, cetakan kedua. Malang. Jawa Timur: Bayu Media Publishing.
- Tjiptono, F. (2008). *Manajemen Jasa* Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius chandra. 2016. *Service, Quality & satisfaction* Yogyakarta. Andi
- Umar, H. (2005). Studi kelayakan bisnis. *Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama*.

- Wahab, W. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah industri perbankan syariah di kota pekanbaru. *Maqdis: Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, 2(1), 51-66.
- Winarni, E. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bisnis Jasa Transportasi Gojek. *Majalah Ekonomi*, 27(2), 35-47.
- Yamit, Zulian. 2005. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Ekonisia Kampus Fakultas Ekonomi UII Yogyakarta
- Yenni, Y. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. PLN (Persero) Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan (UP3) Makassar Selatan (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Makassar).
- Zeithaml, V.A, Bitner, M.J, & Gremler D.D. (2013). *Service Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*, (Ed.6). New York: McGraw-Hill Companies, Inc.
- Zoeldan, Raden. 2012. *Pengertian Pelayanan*. Jakarta : Salemba Empat

