



Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Kelas Ekonomi (Studi Kasus Pada PT KAI (Persero) DAOP IV Stasiun Semarang Poncol)

Arif Kusmendar^{1✉}, Linda Ayu Oktoriza², Mahmud³, Febrianur Ibnu Fitroh Sukono Putra⁴

Manajemen S1, Universitas Dian Nuswantoro Semarang

Email: kusmendararif5@gmail.com^{1✉}

Abstrak

Perkembangan dunia transportasi yang masif ini mengakibatkan gaya konsumen yang bervariatif, terutama dalam hal kualitas pelayanan yang diterima oleh konsumen. Sehingga pelaku bisnis harus selalu aktif melakukan inovasi dan perbaikan guna untuk mendapatkan kepuasan dari konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan, harga dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen Kereta Pelajaran Ekonomi di PT KAI (Persero) DAOP IV Stasiun Poncol Semarang. Populasi yang digunakan yaitu Pengguna jasa kereta api kelas ekonomi di Stasiun Semarang Poncol. Dengan menggunakan rumus lemeshow dan strategi purposive sampling, sampel dipilih sebanyak 100 responden. Metode penelitian secara parsial kepuasan konsumen terkena dampak positif dan signifikan oleh kualitas layanan, kepuasan konsumen terkena dampak positif dan signifikan oleh harga, dan kepuasan konsumen terkena dampak positif dan signifikan oleh fasilitas. Secara bersamaan, fasilitas, harga, dan kualitas layanan semuanya berdampak positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci: *Kualitas Pelayanan, Harga, Fasilitas, Kepuasan Konsumen*

Abstract

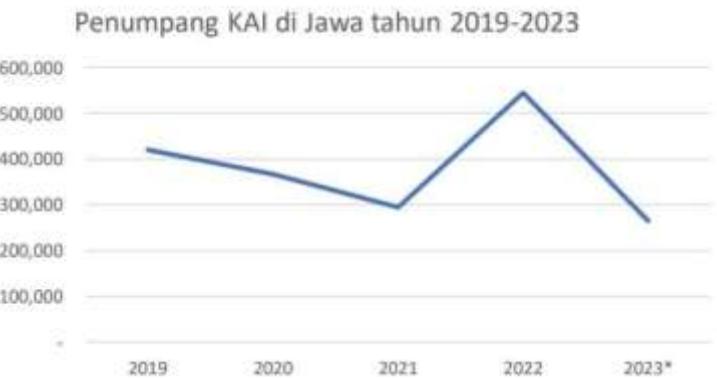
This massive development in the world of transportation has resulted in varied consumer styles, especially in terms of the quality of service received by consumers. So business people must always actively innovate and improve in order to get consumer satisfaction. The aim of this research is to determine the effect of service quality, price and facilities on consumer satisfaction of the Economic Lesson Train at PT KAI (Persero) DAOP IV Poncol Station, Semarang. The population used is users of economy class train services at Semarang Poncol Station. By using the lemeshow formula and purposive sampling strategy, a sample of 100 respondents was selected. The partial research method is that consumer satisfaction is positively and significantly impacted by service quality, consumer satisfaction is positively and significantly impacted by price, and consumer satisfaction is positively and significantly impacted by facilities. Simultaneously, facilities, price, and service quality all have a positive and significant impact on consumer satisfaction.

Keyword: Service Quality, Price, Facilities, Custumer Satisfaction

PENDAHULUAN

Seiring berjalananya zaman, industri transportasi sedang mengalami perubahan besar. Hal ini sangat cepat karena didukung oleh kemajuan teknologi yang pesat. Transportasi merupakan suatu kendaraan yang diperlukan pada zaman sekarang, karena adanya sebuah transportasi dapat meningkatkan keefektifan pekerjaan dan membantu memenuhi kepentingan sehari-hari Adawia et al., (2020). Persaingan dunia bisnis transportasi di Indonesia berjalan kompetitif. Hal ini terjadi karena beragamnya perusahaan yang berdiri di bidang transportasi seperti ojek online, bus, pesawat, kapal, kereta api dan lainnya, salah satu transportasi publik yaitu kereta api.

Dari semua kelas kereta api, kelas ekonomi adalah yang paling terjangkau. Kelas dengan kursi terbanyak adalah kelas ekonomi yang memiliki kereta dengan masing-masing 80–106 kursi (KAI, 2022). Kereta api kelas Ekonomi menjadi salah satu pilihan sarana transportasi yang ditawarkan di Stasiun Semarang Poncol dan menjadi salah satu alat transportasi yang banyak digemari warga semarang dan sekitarnya. Hal ini disebabkan oleh harga yang terjangkau dan dapat menuju tujuan dengan tepat waktu tanpa hambatan macet.



Gambar 1 Data Penumpang Kereta Api di Jawa Tahun 2019-2023

Berdasarkan informasi yang diberikan BPS ataupun kepanjangannya yaitu "Badan Pusat Statistik perihal total penumpang kereta api di Pulau Jawa antara tahun 2019 hingga 2023 dijelaskan bahwa pada Tahun 2019 total 419.878 penumpang yang menggunakan jasa layanan kereta api namun pada tahun 2020 mengalami penurunan akibat terdampaknya pandemi Covid 19 sebesar 366.786 dan Selain itu, terjadi penurunan sebanyak 295.042 penumpang pada tahun 2021 yang menggunakan jasa layanan kereta api di Jawa. Pada tahun 2022 kembali mengalami penurunan sebesar 264.805, karena pada tahun 2023 data yang bersumber dari Badan Pusat Statistik hanya dari bulan Januari – Oktober 2023.

Masalah yang sering terjadi dirasakan oleh beberapa klien, seperti kualitas pelayanan yang tidak diinginkan, harga yang semakin naik serta fasilitas penunjang yang tidak memadai. Dalam bidang jasa transportasi, fasilitas dan pelayanan menjadi prioritas utama, sehingga meningkatkan kepuasan konsumen menjadi suatu hal yang penting Sihombing, (2019). Kenaikan penumpang harus dibarengi dengan upaya peningkatan dari segala aspek guna untuk memuaskan konsumen. PT KAI selalu berupaya untuk melakukan inovasi guna menarik konsumen dan juga untuk membuat konsumen puas dan melakukan pembelian jasa kembali. Salah satu dari inovasi pengembangan kereta ekonomi adalah kereta new generation. Kereta ekonomi new generation adalah hasil penyempurnaan yang dilakukan KAI di Balai Yasa Manggarai, Jakarta dan Saat ini terdapat dua belas kereta ekonomi yang dimodifikasi. "Peluncuran ini dalam rangka HUT KAI ke-78 yang jatuh pada tanggal 28 September 2023," ungkap Manajer Humas KAI Daop 4 Semarang. (Dedy Priatmojo, 2023).

Menurut Utomo dan Putra (2024) Kualitas pelayanan adalah upaya untuk menentukan keinginan dan preferensi pelanggan, karena layanan yang disebutkan secara khusus oleh pelanggan akan segera dinilai rendah atau lebih rendah dari ini. Kualitas pelayanan sangatlah penting bagi suatu konsumen, karena kualitas pelayanan bertujuan untuk meningkatkan kepuasan konsumen dalam memilih suatu hal (Gabbianelli & Pencarelli, 2023). Apabila kualitas pelayanan memenuhi atau melampaui harapan, maka dianggap

memuaskan dan berkualitas baik. Sebaliknya kualitas yang buruk diindikasikan jika Kualitas layanan yang diberikan jauh dari harapan pelanggan (Arrasy et al., 2021).

Menurut Solikha dan Suprapta (2020) harga yaitu jumlah uang yang harus dikeluarkan klien untuk sebuah produk atau layanan agar dapat menerima manfaat dari memiliki atau memanfaatkannya. Itu juga merupakan jumlah nilai yang harus mereka tukarkan. Salah satu unsur yang mempengaruhi kemampuan suatu perusahaan untuk berhasil adalah harga, karena mempengaruhi berapa banyak uang yang dihasilkan bisnis dari penjualan barangnya. Terkait produk atau jasa, harga yang terlalu tinggi berarti penjualan yang lebih sedikit, namun penetapan harga yang tidak memadai mengakibatkan pendapatan yang lebih rendah (Ahmad et al., 2024). Sedangkan fasilitas adalah sekelompok sumber daya atau alat nyata yang ditawarkan penyedia layanan untuk membantu proses pemberian layanan kepada pelanggan, baik pelanggan tersebut menggunakan layanan tersebut atau tidak (Suhardi et al., 2022).

Menurut Nizar et al., (2019) Kepuasan konsumen adalah kondisi kesenangan ataupun kekecewaan yang dialami seseorang untuk mempertimbangkan antara hasil yang diinginkan. Kepuasan konsumen sangat penting didalam sebuah perusahaan yang bertujuan untuk meningkatkan kinerja dalam rangka memberikan kepuasan konsumen bagi para karyawan Solikha & Suprapta, (2020). Ketika konsumen puas dengan suatu produk yang diinginkan, mereka membeli dan menggunakannya berulang kali dan memberikan informasi kepada orang lain tentang pengalaman mereka menggunakan atau mengonsumsi produk tersebut. Kepuasan dapat diciptakan melewati kualitas, pelayanan, dan penilaian Fadhli Khotim, (2021). Kepuasan konsumen dalam sebuah perusahaan terutama pada jasa layanan Kereta Api sangatlah penting, Mendapatkan wawasan tentang harapan pelanggan dapat membantu bisnis beroperasi lebih baik dan memuaskan pelanggan dan staf.

Dalam variabel kualitas pelayanan menurut penelitian menurut Faradannisa et al., (2022) menjelaskan jika kualitas pelayanan berdampak positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen tetapi bertentangan temuan ilmiah menurut Maimunah (2019) yang menjelaskan jika kualitas pelayanan berdampak negatif serta signifikan pada kepuasan konsumen. Variabel harga menurut Suhardi et al., (2022) menjelaskan jika harga berdampak positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen tetapi tidak searah dengan penelitian menurut Setyo (2017) yang menjelaskan jika harga tidak berdampak serta signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan variabel fasilitas Slamet & Lucy Nancy (2022) menjelaskan bahwa fasilitas berdampak positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen tetapi bukan searah penelitian menurut Ningtias et al., (2022) yang menjelaskan jika fasilitas tidak berdampak positif serta signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Keuntungan dari penelitian ini yaitu dapat menyalurkan masukan dan solusi berupa informasi dan saran untuk mengembangkan penalaran dan membentuk pola fikir yang lebih maju serta juga ilmiah, dan untuk pengembangan ilmu pengetahuan terutama pada bidang ekonomi. Dan diharapkan dapat menyampaikan informasi serta masukan bagi pihak perusahaan untuk dapat mengambil kebijakan yang menyangkut kualitas pelayanan, harga dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen.

Tujuan dilaksanakannya sebuah penelitian yaitu agar dapat mengerti bagaimana pengaruh dari kualitas pelayanan, harga beserta fasilitas terhadap kepuasan konsumen kereta api Kelas Ekonomi pada PT KAI (Persero) DAOP IV Stasiun Poncol Semarang.

METODE PENELITIAN

Penelitian yang dijalankan ini memakai jenis penelitian kuantitatif melalui memanfaatkan data primer dimana diperoleh lewat pendistribusian survei online. Pengumpulan sampel memakai teknik purposive sampling pada pengguna jasa kereta ekonomi kelas Ekonomi KAI (Persero) Daop IV Stasiun Semarang Poncol dengan kriteria, sebagai berikut:

1. minimal memakai kereta api 2x,
2. berdomisili semarang
3. berusia minimal 18 tahun.

Menurut Sudaryana (2020) Jika jumlah sampel dalam sebuah Karena terdapat ketidakpastian dalam penelitian, maka sampel dihitung dengan menerapkan rumus Lemeshow:

Keterangan:

n : Banyaknya sampel yang diperlukan

z : Nilai standart = 1,96

p : Maksimal estimasi = 50% = 0,5

d : Alpha (0,10) atau sampling eror = 10%

$$\begin{aligned} n &= \frac{z^2 p(1-p)}{d^2} \\ &= \frac{(1.96^2) (0.5)(1-0.5)}{(0.10^2)} \\ &= \frac{(3.8416) (0.5)(0.5)}{(0.01)} \\ &= \frac{(0.9604)}{(0.01)} \\ &= 96,04 \end{aligned}$$

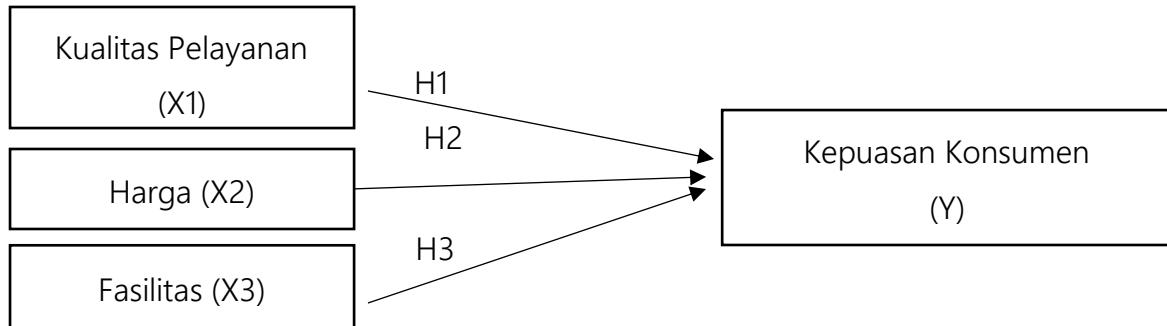
Sehingga diperoleh sampel yang sejumlah 100 responden. Pada jalannya penelitian ini memakai software SPSS. Teknik analisis yang diterapkan yaitu uji instrument, uji asumsi

klasik, analisis regresi berganda serta uji hipotesis. Teknik Pengumpulan data untuk melakukan penyebaran kuesioner kepada pemakai jasa kereta api di Stasiun Semarang Poncol.

Jenis Data dan Sumber Data

Data primer adalah sumber data diterapkan pada penelitian ini, sedangkan data kuantitatif merupakan jenis data yang digunakan.

Kerangka Konseptual :



Gambar 2. Kerangka Pemikiran

- H1 : Kualitas Pelayanan berpengaruh positif serta positif terhadap Kepuasan Konsumen Kelas Ekonomi Pada PT Kereta Api Indonesia (Persero) DAOP IV Stasiun Semarang Poncol.
- H2 : Harga berpengaruh positif serta signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Kelas Ekonomi Pada PT Kereta Api Indonesia (Persero) DAOP IV Stasiun Semarang Poncol.
- H3 : Fasilitas berpengaruh positif serta signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Kelas Ekonomi Pada PT Kereta Api Indonesia (Persero) DAOP IV Stasiun Semarang Poncol.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Tabel 1 Hasil Uji Validitas

No.	Variabel/Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
1	Kepuasan Pelanggan (Y)			
	Y1	0,770	0,195	valid
	Y.2	0,728	0,195	valid
	Y.3	0,810	0,195	valid
	Y.4	0,685	0,195	valid
	Y.5	0,761	0,195	valid
2	Kualitas Pelayanan (X1)			

	X1.1	0,683	0,195	valid
	X1.2	0,647	0,195	valid
	X1.3	0,726	0,195	valid
	X1.4	0,756	0,195	valid
	X1.5	0,800	0,195	valid
3	Harga (X2)			
	X2.1	0,803	0,195	valid
	X2.2	0,844	0,195	valid
	X2.3	0,621	0,195	valid
	X2.4	0,799	0,195	valid
4	Fasilitas (X3)			
	X3.1	0,810	0,195	valid
	X3.2	0,781	0,195	valid
	X3.3	0,736	0,195	valid
	X3.4	0,758	0,195	Valid
	X3.5	0,721	0,195	Valid
	X3.6	0,768	0,195	valid

Dalam pernyataan tersebut hasil uji validitas dari setiap item pernyataan adalah valid, ini terjadi karena nilai r hitung $>$ r tabel. Hasil tersebut menjelaskan bahwa pertanyaan dari setiap kuesioner oleh variabel kualitas pelayanan, harga dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen dikatakan valid.

Tabel 2 Uji Reliabilitas

VARIABEL	CRONBACH ALPHA	CUT OF VALUE	KETERANGAN
KEPUASAN KONSUMEN (Y)	0,783	0,60	RELIABEL
KUALITAS PELAYANAN (X1)	0,773	0,60	RELIABEL
HARGA (X2)	0,747	0,60	RELIABEL
FASILITAS (X3)	0,852	0,60	RELIABEL

Setiap variabel penelitian menjelaskan bahwa hasil dari setiap pernyataan yaitu reliabel, sebab untuk nilai yang dimiliki Cronbach Alpha telah melewati ($>$) 0,60. Hasil tersebut menjelaskan bahwa pertanyaan dari setiap kuesioner oleh variabel kualitas

pelayanan, harga dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen dikatakan reliabel.

Pengujian Asumsi Klasik yang Dihasilkan

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,10257787
Most Extreme Differences	Absolute	,116
	Positive	,109
	Negative	-,116
Test Statistic		,116
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Gambar 3 Uji Normalitas

Menampilkan bahwa nilai signifikansi $> 0,05$, maka artinya hasil uji berdistribusi normal. Hasil tersebut berarti nilai signifikansi $0,200 > 0,05$. Jadi dapat diartikan hasil tersebut berdistribusi normal.

Tabel 3 Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,277 $>$ 0,10	3,612 $<$ 10,00	
Harga	0,416 $>$ 0,10	2,405 $<$ 10,00	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Fasilitas	0,337 $>$ 0,10	2,963 $<$ 10,00	

Menjelaskan bagaimana nilai toleransi masing-masing variabel independen memenuhi kriteria yaitu $> 0,10$ dan bagaimana nilai VIF memenuhi ketentuan yang telah ditetapkan yaitu $< 10,00$. Melalui itu, bisa ditarik kesimpulan bahwasanya tidaklah dialami multikolinearitas dalam hasilnya.

Tabel 4 Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Signifikansi	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,394 $>$ 0,05	
Harga	0,084 $>$ 0,05	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Fasilitas	0,672 $>$ 0,05	

Menampilkan seluruh tingkat signifikan ($>0,05$) antar variabel independen. Temuan ini menunjukkan bahwa tidak ada heteroskedastisitas yang menunjukkan bahwa variabel ini termasuk dalam model regresi yang baik.

Hasil Analisis Regresi Berganda

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4,087	1,287		3,176	,002
Kualitas Pelayanan	,339	,102	,349	3,310	,001
Harga	,302	,073	,356	4,131	,000
Fasilitas	,166	,075	,213	2,223	,029

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Gambar 4. Hasil Analisis Regresi Berganda

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 4,087 + 0,339X_1 + 0,302X_2 + 0,166X_3 + e$$

Nilai a yang diperoleh adalah sebesar 4,087. Artinya apabila semua variabel independent atau bebas mempunyai nilai 0 maka nilai kepuasan konsumen sebesar 4,087.

Koefisien variabel kualitas pelayanan (X_1) mempunyai nilai koefisien sebesar 0,339 dan nilai signifikansi yaitu $0,001 < 0,05$. Nilai koefisien tersebut menjelaskan bahwa adanya hubungan positif dan searah dari variable kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Koefisien variabel harga (X_2) mempunyai nilai koefisien sebesar 0,306 dan nilai signifikansi yaitu $0,000 < 0,05$. Nilai koefisien tersebut menjelaskan bahwa adanya hubungan positif dan searah dari variable harga terhadap kepuasan konsumen.

Koefisien variable fasilitas (X_3) mempunyai nilai koefisien sebesar 0,166 dan nilai signifikansi yaitu $0,029 < 0,05$. Nilai koefisien tersebut menjelaskan bahwa adanya hubungan positif dan searah dari variable fasilitas terhadap kepuasan konsumen.

Hasil Uji Hipotesis

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4,087	1,287		3,176	,002
Kualitas Pelayanan	,339	,102	,349	3,310	,001
Harga	,302	,073	,356	4,131	,000
Fasilitas	,166	,075	,213	2,223	,029

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Gambar 5 Hasil Uji-T (Parsial)

Melalui Pengujian t yang dihasilkan oleh variabel kualitas pelayanan dengan t hitung $3,310 > T$ tabel dengan sebesar 1,98498, melalui sebuah nilai signifikansi sebesar 0,001 yang lebih kecil dari 0,05. Hal tersebut memperjelas mengapa hipotesis pertama (H_1) diterima yang menjelaskan jika kualitas pelayanan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen.

Melalui Pengujian t yang dihasilkan oleh variabel harga dengan t hitung $4,131 > T$

tabel dengan sebesar 1,98498, melalui sebuah nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Hal tersebut memperjelas diterimanya hipotesis kedua (H2) yang menjelaskan jika harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen.

Melalui Pengujian t yang dihasilkan oleh variabel fasilitas dengan t hitung $2,223 > T$ tabel dengan sebesar 1,98498, melalui sebuah nilai signifikansi dengan sebesar 0,029 yang lebih kecil 0,05. Hal tersebut memperjelas penerimaan hipotesis ketiga (H3), yang menjelaskan jika fasilitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variable kepuasan konsumen.

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	525,485	3	175,162	76,069	,000 ^b
Residual	221,055	96	2,303		
Total	746,540	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen
b. Predictors: (Constant), Fasilitas, Harga, Kualitas Pelayanan

Gambar 6 Hasil Uji F (Simultan)

Hasil dari pengujian F menunjukkan nilai signifikansi dengan sejumlah 0,00 ataupun tidak mencapai ($<$) 0,05 serta untuk nilai F hitungnya yang sejumlah 76,069 $> F$ tabel 2,70 yang menampilkkan bahwasanya variabel yang berupa kualitas pelayanan, harga, beserta fasilitas memberikan suatu pengaruh kepada aspek kepuasan konsumen. Dengan demikian, penelitian ini layak untuk dilakukan.

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,839 ^a	,704	,695	1,517

a. Predictors: (Constant), Fasilitas, Harga, Kualitas Pelayanan

Gambar 7 Hasil Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi terlihat berdasarkan temuan pengujian. pada R Square yang dihasilkannya dengan sejumlah 0,695 sehingga bisa ditarik kesimpulan bahwasanya variabel kepuasan konsumen sebesar 69,5% mampu ditunjukan oleh variabel independen yakni berupa: "kualitas pelayanan, harga beserta fasilitas", sementara itu untuk variabel lainnya yang tidak tertera dalam penelitian ini dapat menjelaskan 30,5% sisanya.

PEMBAHASAN

Pertama, dalam kaitannya dengan variabel kualitas pelayanan dikatakan bahwasanya kualitas pelayanan memberikan pengaruh positif dan signifikan dari aspek kepuasan konsumen. Sebab suatu kualitas pelayanan bertujuan untuk menciptakan peningkatan kepuasan konsumen terhadap keputusan pembeliannya, maka pelanggan memberikan nilai yang tinggi terhadapnya. Artinya, jika penawaran yang diberikan perusahaan lebih

berkualitas, maka pengguna jasa kereta api akan lebih senang dengan penawaran tersebut. Temuan penelitian ini mendukung temuan Faradannisa et al., (2022) yang menemukan bahwasanya kepuasan konsumen mendapatkan suatu pengaruh positif serta yang signifikan atas kualitas layanan. Namun temuan Maimunah (2019) yang menemukan bahwasanya kepuasan konsumen mendapatkan suatu pengaruh negatif serta yang signifikan atas kualitas pelayanan.

Kedua, variabel harga, dinyatakan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Harga mempengaruhi berapa banyak uang yang dihasilkan perusahaan dari penjualan barang-barangnya, yang menjadikannya salah satu elemen yang menentukan keberhasilan bisnis. Penetapan harga yang terlalu tinggi pada sebuah barang dan jasa akan menyebabkan penjualan menjadi lebih sedikit, namun harga yang terlalu rendah akan mengakibatkan kurangnya pendapatan. Hal ini berarti bahwa kepuasan pelanggan akan meningkat jika biayanya semakin bersaing dengan moda transportasi alternatif dan sesuai dengan manfaatnya. Hasil penelitian tersebut sesuai lewat hasil yang diteliti menurut Suhardi et al., (2022) dimana memaparkan bahwasanya harga memberikan suatu pengaruh positif serta yang signifikan kepada aspek kepuasan konsumen tetapi tidak sesuai dengan penelitian menurut Setyo (2017) yang menjelaskan bahwasanya harga tidaklah memberikan pengaruh positif serta yang signifikan kepada aspek kepuasan konsumen.

Ketiga dalam variabel fasilitas, mengatakan bahwa dampak fasilitas tersebut terhadap kepuasan konsumen adalah positif dan signifikan. Kebahagiaan pelanggan sangat dipengaruhi oleh pengalaman pengguna yang nyaman, efisien, dan memuaskan yang ditawarkan fasilitas. Hal ini menunjukkan bahwa ketika suatu perusahaan menawarkan lebih banyak fasilitas kepada kliennya, tingkat kepuasan konsumen ikut mengalami peningkatan. Penelitian yang dihasilkan tersebut sesuai melalui hasil yang diteliti menurut Slamet & Lucy Nancy (2022) yang menyatakan bahwa fasilitas memberikan suatu pengaruh positif serta yang signifikan kepada aspek kepuasan konsumen tetapi tidaklah sesuai dengan penelitian menurut Ningtias et al., (2022) yang menjelaskan jika fasilitas tidaklah memberikan suatu pengaruh positif serta yang signifikan kepada aspek kepuasan konsumen.

SIMPULAN

Faktor kunci dalam upaya meningkatkan kepuasan konsumen adalah kualitas layanan. Pengukuran kualitas layanan melalui 5 indikator, keandalan, jaminan, empati, bukti fisik dan responsibilitas. Berdasarkan hasil dari penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Oleh karena itu,

perusahaan harus memberikan jaminan yang jauh lebih baik, serta memperhatikan ramah dan professional dari para pegawainya dalam melayani konsumen. Hal ini karena kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen. Sehingga perusahaan dapat memperhatikan kepuasan konsumen dari faktor-faktor yang mempengaruhinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adawia, P. R., Azizah, A., & Endriastuty, Y. (2020). Kepuasan Konsumen Kereta Api Commuter Line (Studi Kasus Commuter Line Arah Cikarang Ke Jakarta Kota). 87–95.
- Ahmad, N., Harashta, Z., Mahmud, M., Anomsari, A., Ibnu, F., Sukono, F. (2024). *Pengaruh Daya Tarik , Citra Destinasi , Dan E-Wom Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Taman Wisata Guci*. 13(1), 12–23.
- Arrasy, R. W., Widodo, J., & Wahyuni, S. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pt.Kereta Api Indonesia Daerah Operasional Ix Jember. *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 15(2), 342–347. <Https://Doi.Org/10.19184/Jpe.V15i2.22239>
- Fadhli Khotim, P. N. (2021). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk Dan Emosional Terhadap Kepuasan Konsumen Poskopi Zio Jombang. *Jurnal Inovasi Penelitian*, Vol. 2, 603–6012. <Https://Stp-Mataram.E-Journal.Id/Jip/Article/View/684/585>
- Faradannisa, M., Supriyanto, A., Studi, P., Bisnis, M., & Kudus, I. (2022). Kepuasan Pelanggan Ditinjau Dari Store Atmosphere , Kualitas Produk , Kualitas Pelayanan Dan Etika Bisnis Islam.
- Gabbianelli, L., & Pencarelli, T. (2023). On-campus accommodation service quality: the mediating role of students' satisfaction on word of mouth. *TQM Journal*, 35(5), 1224–1255. <Https://doi.org/10.1108/TQM-03-2022-0092>
- Nizar, N., Silalahi, M., Sofiyan, S., (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt Fast Food Indonesia , Tbk Kfc Box Ramayana. 4328, 43–52.
- Kai. (2022). Yuk Pahami Perbedaan Kelas Pada Kereta Api. <Www.Kai.Id>. Https://Www.Kai.Id/Information/Full_News/5484-Yuk-Pahami-Perbedaan-Kelas-Pada-Kereta-Api
- Sihombing, B. A. (2014). E-Journal Graduate Unpar Part A : Economics E-Journal Graduate Unpar Part A : Economics. *E-Journal Graduate Unpar*, 1(1), 94–105.
- Slamet, & Lucy Nancy. (2022). Pengaruh Harga, Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt.Bersih Sehat Cabang Puri Kencana Jakarta Barat (Studi Pelanggan Bersih Sehat Puri Kencana). *Jurnal Manajemen*, 7(1), 55–66.

<Https://Doi.Org/10.54964/Manajemen.V7i1.239>

- Solikha, S., & Suprapta, I. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Pt. Go-Jek). *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 10(1), 67–81. <Https://Doi.Org/10.37932/J.E.V10i1.91>
- Sudaryana, Y. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kantor Pos Indonesia (Persero) Kota Tangerang. *Journal Of Management Review*, 4(1), 447–455.
- Suhardi, Y., Zulkarnaini, Z., Burda, A., Darmawan, A., & Klarisah, A. N. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Stei Ekonomi*, 31(02), 31–41. <Https://Doi.Org/10.36406/Jemi.V31i02.718>
- Utomo, W. T., & Putra, F. I. F. S. (2024). Pengaruh Tarif Pengiriman, Kualitas Pelayanan, Dan Ketepatan Waktu Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI) Semarang. *Jurnal Ilmu Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 41–52.
<https://doi.org/10.30787/jiembi.v2i1.1408>