

ANALISIS HARGA, FASILITAS, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KERETA API SANCAKA (STUDI KASUS PT. KERETA API INDONESIA DAOP 8 SURABAYA)

Oleh :

1. HUSNUL HAKIM
2. DIAN ARISANTI

STIA DAN MANAJEMEN KEPELABUHAN BARUNAWATI SURABAYA

Jl. Perak Barat. No.173, Perak Utara, Kec. Pabean Cantikan, Kota SBY, Jawa Timur 60177

1. husnulhakim49@gmail.com
2. dian.arisanti@stiamak.ac.id

ABSTRAK

Penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh Harga (X_1), Fasilitas (X_2) dan Kualitas Pelayanan (X_3), Kepuasan Pelanggan (Y). Pengambilan sampel dilakukan pada 80 responden PT. KERETA API INDONESIA DAOP 8 SURABAYA. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan teknik analisis data dengan regresi linier berganda. Menganalisis data sebelum melakukan pengujian kualitas data dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas.

Hasil dari penelitian menyatakan sebagai berikut : (1) Variabel harga (X_1) berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan (Y) yang artinya harga yang ditawarkan sudah baik sehingga mendapatkan kepuasan pelanggan, sehingga semakin baik lagi tawaran harga yang diberikan maka semakin kepuasan konsumen semakin meningkat. (2) Variabel fasilitas (X_2) berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan (Y) yang artinya semakin ditingkatkannya fasilitas yang ada maka akan meningkat kepuasan pelanggan. (3) Variabel kualitas pelayanan (X_3) berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan (Y) yang artinya semakin ditingkatkannya kualitas pelayanan yang dijalankan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan (4) Secara simultan ketiga variabel bebas (Harga (X_1), Fasilitas (X_2), Kualitas Pelanggan (X_3)) tersebut berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Kepuasan Pelanggan (Y)) yang artinya harga, fasilitas, dan kualitas pelayanan yang diberikan / ditawarkan perusahaan semakin baik maka kepuasan pelanggan akan menjadi semakin baik juga.

Kata Kunci : Harga, Fasilitas, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Pelanggan

I. PENDAHULUAN

Latar Belakang

PT. Kereta Api Indonesia (KAI) merupakan jasa logistik dan transportasi Badan Usaha Milik Negara (BUMN) sangat panjang sejarahnya. Angkutan kereta barang ini diolah oleh perusahaan partikelir Belanda sebelum perang global ke 2 dan selanjutnya pada tahun 1950.an melalui Djawatan Kereta Api (DKA) dikelola langsung oleh Kementerian Komunikasi Republik Indonesia (KKRI) dan selalu mengalami perubahan nama secara terus-menerus yakni pada tahun 1963 dengan nama Perusahaan Negara Kereta api yang di

singkat (PNKA), pada tahun 1971 menjadi Perusahaan Jawatan Keret Api atau (PJKA), dan di tahun 1991 sebagai Perusahaan Umum Kereta Api juga disebut (PERUMKA) dan yang terakhir pada tahun 1999 di bulan Juni menjadi PT KAI yaitu kepanjangan dari Kereta Api Indonesia (Persero). PT KAI (Kereta Api Indonesia) yang berbentuk persero memiliki perkembangan untuk meningkatkan laba, lantaran penyelenggaraan transportasi darat kereta barang masih sebagai monopoli usaha perkeretaan. Transmoda ini bisa dipisahkan

menurut transmoda lain yang ditata pada sistem transportasi nasional, memiliki ciri pengangkutan secara masal & unggul dalam bidangnya, perlu lebih pengembangan potensi & meningkatkan peranannya menjadi penggabung antar daerah baik, menjadi penunjang, pendorong, & menggerakkan pembangunan .

PT. Kereta Api (PT.KAI) ialah suatu usaha yang memberikan jasa transportasi di Indonesia yang sudah menjalankan Kereta buat para pengguna baik kereta lokal pada Jawa & Sumatera, yang mempunyai aneka macam fasilitas yang sinkron harga & perekonomian rakyat yaitu fasilitas PT. Kereta Api Indonesia terdiri berdasarkan: Kelas Kereta Api (KA) Eksekutif, Kereta (KA) Bisnis, Kereta Kereta (KA) Campuran (Eksekutif, Usaha & Ekonomi), Kereta (KA) Ekonomi, Kereta (KA) Lokal, Kereta Rail Listrik (KRL). Pada kelas kereta tadi, mempunyai fasilitas yang tidak berbeda berdasarkan dari yang murah & sedikit mahal buat harga tiket perorangnya. Di gerbong kereta barang mempunyai pramugara, yaitu penjualan snack & minuman pada saat berpergian pengguna jasa kereta barang dan bukan hanya Kru KA saja selama dalam perjalanan ada bagian petugas kereta yang bertanggung jawab yaitu staf KA yang terdiri dari : Kondektur, Masinis, Asisten Masinis, dan Teknisi dengan keprofesionalitasan mereka dilatih untuk memberikan pelayanan di kereta api. Seorang *Customer Service On Train* atau juga bisa disebut sebagai *Customer Service* ada pada setiap kereta api yang mendampingi dalam perjalanan penumpang kereta api mendengarkan tinjauan, masukan, aduan agar dapat memadai keinginan setiap pelanggannya dengan pelayanan yang maksimal, adapun dua petugas yang harus selalu memperhatikan kebersihan di setiap kereta dan siap memberikan pelayanan kepada pengguna jasa kereta api.

Ada pula aspek pelanggan dimana selalu dilakukan peningkatan fasilitas yang dilakukan oleh perusahaan, meningkatkan pelayanan kepada pengguna jasa dan kelayakan harga yang ditetapkan agar apa yang didapatkan oleh penumpang sudah sesuai, penjelasan Fasilitas Kereta Api Sancaka dan Harga Tiket :

(KA) Kereta Api Sancaka berada dalam pengelolaan DAOP 6 Yogyakarta dan DAOP 8

Surabaya. Menjadi kereta api golongan campuran seperti Eksekutif-Ekonomi AC, dengan mempersiapkan fasilitas sesuai dengan kelas penumpangnya. Kelas Eksekutif menyediakan fasilitas tempat duduk yang sangat nyaman, yang dapat diatur posisi sandaran dan hadapannya, lengkap dengan pijakan kaki, meja lipat, stopkontak, lampu baca, bahkan selimut dan bantal, sementara tempat duduk di kelas Premium sudah dibuat permanen. Fasilitas yang tersedia pada seluruh kelas KA Sancaka adalah AC, TV LCD, toilet, bagasi kabin, stopkontak, meja kecil pada sisi jendela, dan pelayanan makan berbayar.

Penumpang setelah mengeluarkan biaya sesuai dengan apa yang diterimanya, Mengetahui kepuasan pengguna jasa PT. Kereta Api Indonesia adalah tujuan penelitian ini agar menjadi gambaran yang menunjukkan tentang penilaian kinerja PT Kereta Api Indonesia (PT. KAI).

Rumusan Masalah

Yang telah dijabarkan diatas merupakan kerangka dasar dari pengkajian ini, maka pengkaji menyatakan masalah sebagai berikut :

1. Apakah Harga mempengaruhi kepuasan pelanggan PT. Kereta Api Indonesia?
2. Apakah Fasilitas mempengaruhi kepuasan pelanggan PT. Kereta Api Indonesia?
3. Apakah Kualitas Pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan PT. Kereta Api Indonesia ?
4. Apakah Harga, Fasilitas, Kualitas Pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan PT. Kereta Api Indonesia ?

II. LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Pengertian Harga

Dalam artian yang sempit (Kotler dan Armstrong, 2012) Pengertian harga ialah tagihan suatu produk atau jasa yang di totalkan jumlahnya, sedangkan lebih luasnya lagi harga merupakan total keseluruhan nilai yang di tunjukkan buat konsumen agar memperoleh keuntungan berdasarkan memiliki juga menggunakan suatu produk atau jasa, dan lagi (Andi, 2015) harga sebagai faktor primer yang bisa mensugesti pilihan dari seorang pembeli, harga relatif berperan pada memilih pembelian pelanggan, sebelum itu di

tetapannya suatu harga, di usahakan untuk perusahaan melihat harga suatu produk dari beberapa referensi yang di evaluasi relatif tinggi pada penjualan.

Indikator Harga

Indikator harga (Kotler, 2012) yaitu :

1. Harga terjangkau.

Dimana pelanggan dapat membeli dengan harga terjangkau, ditimbang dengan harga yang relatif terhadap jumlah yang dapat dibayarkan pelanggan.

2. Penyesuaian harga mempengaruhi kualitas pelayanan jasa.

Kualitas pelayanan jasa yang dilakukan oleh penyedia jasa perlu disesuaikan dengan biaya yang sudah di keluarkan.

3. Pengaruh harga pada daya tarik pelanggan.

Keanggapan pelanggan untuk membayar sesuai dengan biaya yang di tentukan.

4. Harga bisa berdampak mempengaruhi pelanggan dalam menjangkau kepastian. harga yang sedikit sanggup dibeli oleh pelanggan tanpa harus mendesak ekonomi.

Pengertian Fasilitas

Suatu hal yang dapat memperlancar usaha dan pekerjaan untuk mencapai sebuah tujuan adalah pengertian dari fasilitas. (Zakiah Daradjat, 2012; Suryo Subroto, 2013), di sisi lain adalah fasilitas yang dapat mempromosikan dan mempercepat implementasi dalam bentuk perusahaan dari benda atau pemasukan. (Pendapat Tjiptono, 2014), fasilitas adalah adanya bukti fisik yang perlu dipasang sebelum melayani pelanggan. Dalam industri jasa peralatan merupakan hal yang penting, maka perlu mempertimbangkan peralatan yang terikat dengan apa yang di rasakan langsung oleh pelanggan, seperti kondisi peralatan, finishing interior dan eksterior, serta kebersihannya. Pengaruh terhadap kualitas jasa di nilai dari digunakannya fasilitas jasa oleh pelanggan.

Indikator Fasilitas

ada enam indikator furnitur : pertimbangan, perencanaan ruang, aksesoris/perabotan, pencahayaan dan suasana, sesuatu yang dikomunikasikan secara grafis maupun elemen pendukung. Faktor yang berpengaruh terhadap fasilitas adalah (Pendapat Tjiptono, 2014) :

1. Bentuk Fasilitas
2. Nilai Guna
3. Estetika
4. Suasana yang memadai

Pengertian Pelayanan

Pengertian pelayanan adalah sesuatu usaha untuk memenuhi keperluan pelanggan dan menerima bayaran jasa atau juga uang. "Pelayanan ialah metode memadai keperluan secara langsung melewati kegiatan orang lain (Moenir 2005)". Keperluan tersebut meliputi keperluan fisik dan sosial (Agus Sulastiyono, 2002). Endar Sugiarto adalah cara yang di buat untuk memenuhi keperluan (penumpang, tamu, pelanggan, pasien, dll) bisa dipuaskan oleh individu yang mempersembahkan pelayanan dan individu yang memperoleh pelayanannya. Karakter pelayanan staf merupakan perilaku perseorangan (staf) untuk memadai keperluan orang lain (pelanggan) pelayanan terbaik membuat orang lain puas. Ukuran pelayanan yang baik adalah memenuhi keperluan dan keinginan penumpang kita penilaian kadar layanan ditentukan oleh penumpang yang menjadi pengguna layanan tersebut. (Kotler, 2008), pelayanan pada prinsipnya tidak tampak, langkah atau kegiatan non-kepemilikan yang dapat disampaikan satu pihak kepada pihak lain. (Fandy Tjiptono, 2012), layanan dapat dianggap sebagai suatu bentuk yang terdiri dari dua bagian utama yaitu, penawaran layanan yang sering tidak terlihat atau tidak diketahui oleh konsumen (*behind the scene* atau *back office*) dan penawaran layanan pada umumnya terlihat atau di ketahui oleh konsumen (seringkali *front office* atau *front stage*) Berdasarkan penjelasan di atas bisa disimpulkan bahwa antara pihak produsen selalu ada aspek interaksi di dalam pelayanan, adapun bagian-bagian yang berperan tidak hanya mengetahui layanan bukanlah apa-apa, tetapi suatu metode atau kegiatan yang tidak berbentuk. Pemahaman pelayanan dalam latar belakang biro Perjalanan ialah memberikan pelayanan sesuai dengan etika kebijakan yang ada dan harus adanya 3S (Salam, Sapa, Senyum) dalam hal menerangkan rangkaian perjalanan maupun keluhan pengguna jasa. Karakteristik layanan sehingga dapat menjadi dasar sebagaimana diberikannya pelayanan yang unggul, adalah :

1. Pelayanan tidak berkarakter (tidak dapat disentuh), pelayanan bersifat terbalik dengan barang jadi.
2. Pelayanan yaitu nyatanya dimulai dengan aksi real yang di berikan.

Kualitas Pelayanan

Definisi Kualitas Pelayanan pendapat (Fandy Tjiptono, 2015) sebagai “Tingkatan seberapa bagus tingkat layanannya dapat mencapai keinginan pelanggan”. Apabila layanan yang anda terima atau inginkan sudah memenuhi harapan anda, sehingga bisa di katakan memuaskan dan bermutu dan jika pelayanan yang di berikan serta dirasakan oleh pelanggan tidak sesuai dengan keinginan bisa di katakan kualitas pelayanannya di anggap buruk .

Kualitas Pelayanan Yang Di Pengaruhi Oleh Situasi Pendapat (Parasuraman dkk, 2015) Berkata terdapat lima dimensi Kualitas Pelayanan yang adalah kesederhanaan menurut 10 dimensi dalam kualitas pelayanan :

1. Keandalan (*Reability*)
Konsistensi kinerja dan keandalan ada dua aspek utama, dalam hal ini kesanggupan perusahaan harus memberi pelayanan yang tepat sejak awal, tidak ada kesalahan dan melakukan servis sesuai waktu yang telah disetujui.
2. Koresponsifan (*Responsiveness*)
Dari perspektif motivasi dan kesanggupan staf, kami membantu pelanggan kami menanggapi permintaan mereka yaitu memberikan informasi saat layanan diberikan, dan memberikan layanan dengan segera.
3. Jaminan (*Assurance*)
Integritas karyawan memunculkan harapan pelanggan pada perusahaan, dan perusahaan dapat meyakinkan pelanggan staf selalu menghormati dan memiliki pemahaman serta keahlian yang diperlukan untuk menanggapi permasalahan dan kekhawatiran pelanggan adalah bentuk dari percaya diri.
4. Empati (*Empathy*)
Artinya perusahaan memahami kesulitan pelanggan, bertindak sesuai keinginan pelanggan, mengurus pelanggan secara pribadi, dan memiliki waktu kerja yang aman.
5. Berwujud (*Tangible*)

Dalam hal ketertarikan alat, peralatan dan bahan yang dipakai oleh sebuah perusahaan dan style karyawan.

Indikator Kualitas Pelayanan :

Pendapat (Harfikah dan Abdullah, 2017), indikator kualitas pelayanan ada 5 kulalitas pelayanan, yaitu :

1. *Tangible* (Bukti bentuk)
2. *Reliabilty* (Handal)
3. *Responsivenes* (Ketanggapan)
4. *Assurance* (Jaminan)
5. *Empathy* (Empati)

Pengertian Kepuasan Pelanggan

Untuk mencapai kepuasan pelanggan perusahaan perlu mengantisipasi kebutuhan dan keinginan pelanggan yang selalu berganti, pembeli bergerak setelah mempertimbangkan jumlah penawaran. Dibandingkan dengan harapan kepuasan pasca penjualan bergantung pada kemampuan penawaran nya jika merasa puas dan kinerjanya dapat melebihi keinginan maka konsumen menganggap nyaman dan bahagia diartikan oleh (Kotler dan Keller, 2016) kepuasan pelanggan ialah, memberitahukan hal ini. “*Satisfaction is a person’s feeling of pleasure or dissapointment that result from comparing a product or service’s perceived performance (or outcame) to expaction*”. Pelanggan juga didapat merasakan salah satu dari ketiga level kepuasan secara keseluruhan Artinya adalah Jika kinerja di bawah keinginan akan muncul kekecewaan, dan apabila kemampuan memenuhi keinginan konsumen hendak merasa senang, dan apabila kinerja di atas keinginan pelanggan maka akan merasa sangat senang juga nyaman, kepuasan pelanggan ialah kepuasan yang bertingkat atau penyesalan pelanggan yang juga menghasilkan dari perbandingan kinerja yang dirasakan suatu produk dengan harapan kesesuaian yang menyebabkan ketidak tepatan antara keinginan dan kinerja nyata dari layanan maupun produk yang dikonfirmasi oleh pelanggan. Menurut (Fandy Tjiptono, 2015), dimensi kepuasan pelanggan, segala sesuatu yang bisa mempengaruhi kepuasan pelanggan, dapat diturunkan dari kinerja dan harapan pelanggan :

1. Kinerja

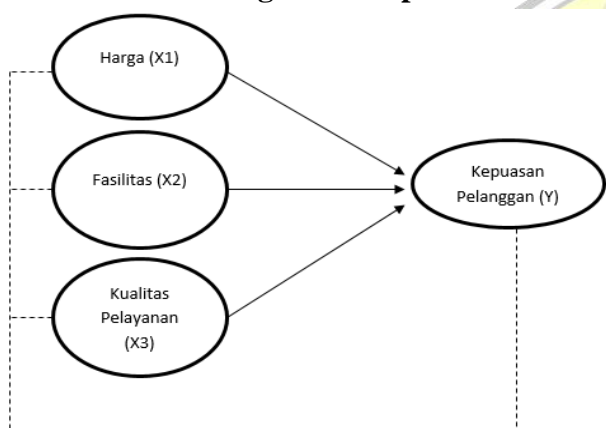
Kinerja terbaik oleh karyawan membantu perusahaan mencapai tujuannya untuk menciptakan kepuasan, karyawan perlu memberikan layanan terbaik, seperti keramahan dan akurasi kinerja, ketika berinteraksi dengan pelanggan mereka dengan kinerja karyawan yang lebih baik, serta memberikan nilai kepuasan kepada pelanggan.

2. Harapan

Kepuasan pelanggan pada dasarnya adalah harapan/keinginan, prediksi, atau pemikiran pelanggan tentang apa yang diperoleh pelanggan, yang diharapkan pada fitur produk, harapan nilai pada produk dan juga kualitas layanan yang di berikan pegawai terhadap pelanggan hingga kinerja produk itu sendiri.

Kerangka Konseptual

Gambar 1 Kerangka Konseptual



Sumber : Data diolah penulis (2022)

Penjelasan :

1. Variabel Independen (Bebas) : Harga (X1), Fasilitas (X2), Kualitas Pelayanan (X3)
2. Variabel Dependen (Terikat) : Kepuasan Pelanggan (Y)

Hipotesis

Dapat disimpulkan dari perumusan masalah yang di jelaskan, maka dapat dikemukakan hipotesis sebagai berikut :

1. Diduga terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan kereta api sancaka
2. Diduga terdapat pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan kereta api sancaka
3. Diduga terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan kereta api sancaka

Diduga terdapat pengaruh harga, fasilitas , kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan kereta api sancaka

4. Diduga terdapat pengaruh harga, fasilitas , kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan kereta api sancaka

III. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Metode yang dipakai pada penelitian ini merupakan memakai pelaksanaan pengambilan data, peneliti menunjukkan data kuisisioner untuk pendekatan dan pengumpulan data yang dipakai pada riset ini adalah pendekatan kuantitatif pendapat (Sugiyono, 2017) riset kuantitatif diartikan dalam metode yang berlandaskan dalam filsafat positivisme, dipakai buat meneliti dalam sampel atau populasi tertentu, penggunaan alat penelitian pengumpulan data untuk menganalisis data kuantitatif/statistik penggunaan visi untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan dalam penelitian. Dalam penelitian ini kuisisioner sebagai alat untuk pengumpulan data para responden, yaitu penumpang Sancaka.

Variabel Penelitian

Variabel penelitian ialah suatu karakter atau sifat atau nilai dari orang, objek atau aktivitas yang memiliki varian eksklusif yang ditetapkan sang peneliti buat dipelajari & kesimpulan dari penelitian mempunyai variabel independent & variabel dependen berdasarkan variabel bebas (Variabel Independen) adalah variabel yang mensugesti atau sebagai karena perubahannya atau adanya variabel terikat (Variabel Dependen), Sedangkan dependen (terikat) merupakan variabel yang ditentukan atau sebagai hasil ada variabel bebas.

Populasi

Wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek memiliki nilai dan berkarakter tertentu yang di tuliskan peneliti bertujuan untuk dipelajari dan mendapatkan kesimpulan disebut populasi (Sugiyono, 2012). Populasi dalam riset adalah penumpang kereta api Surabaya Gubeng–Yogyakarta, dalam penelitian ini penulis memilih stasiun Surabaya Gubeng untuk mencari informasi terkait riset ini.

Sampel Penelitian

Pendapat (Sugiyono, 2017), sampel didefinisikan sebagai bagian dari jumlah dan karakteristik populasi. Metode sampling yang dipakai dalam riset ini adalah non-probability, menjabarkan metode sampling purposive adalah metode pengambilan sampel dengan pertimbangan suatu hal, cara perhitungan yang digunakan adalah sampel dari orang yang menggunakan jasa transportasi kerta api tersebut lebih dari dua (2) kali di Stasiun Surabaya Gubeng, Dalam memilih sampel, (Sugiyono, 2017) menyarankan strata sampel yang cocok buat riset tersebut adalah 30 sampai 100.

Di dalam penelitian ini menggunakan multivariate (korelasi atau regresi ganda) , maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti menurut Sugiyono (2017), jadi dalam penentuan jumlah sampel yang diputuskan peneliti adalah 20 kali jumlah variabel (20 x 4 Variabel = 80) 80 orang yang telah menggunakan transportasi kereta api.

Metode Pengumpulan Data

Info yang ditampilkan di riset ini sifatnya data primer, menurut (Sugiyono, 2017) data primer ialah narasumber memberikan data secara langsung kepada peneliti, data primer ini dikumpulkan dari pembagian kuesioner pada pelanggan Kereta Api Sancaka. Pada penelitian ini penulis mengirimkan pernyataan-pernyataan yang berisi pilihan tertentu yang menggambarkan pengaruh harga, fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Untuk memperoleh data dan informasi dari pelanggan kereta api, pengumpulan data tersebut dilakukan dengan kontak langsung pada saat mereka sedang menunggu keberangkatan kereta api yang ditunggu di stasiun Gubeng Surabaya, dengan cara mengajak bicara penumpang dan memberikan penjelasan kuisisioner yang dibagi, berdasarkan pertimbangan tertentu kuisisioner akan disebarkan berdasarkan yang sudah lebih dari 2 kali menggunakan jasa transportasi kereta api di stasiun Gubeng Surabaya. Peneliti melakukan tanya interviu dengan melalui kuesioner yang sudah dibagikan yaitu dimulai tanggal 08 juni 2022 pada jam 06.00 WIB

sampai 10.30 WIB dengan jumlah responden yang telah ditetapkan oleh peneliti yaitu berjumlah 80 responden .

(Sugiyono, 2017) menyebutkan pengukuran perilaku, pendapat serta persepsi seorang serta atau sekelompok wacana social fenomena. pada penelitian ini skala pengukuran yang dibagikan yaitu menggunakan memakai skala likert.

Tabel 1 Skala pengukuran

No	Jawaban	Kode	Nilai Skor
1	Sangat Tidak Setuju	STS	1
2	Tidak Setuju	TS	2
3	Netral	N	3
4	Setuju	S	4
5	Sangat Setuju	SS	5

Sumber: Sugiyono (2017)

Teknik Analisis Data

Pengolahan data yang dilakukan yaitu memanfaatkan aplikasi *Statistical Program for Social Science* versi 21.0 (SPSS) agar mendapat hasil yang akurat dan lebih mudah dalam mengolah data agar lebih efisien dan efektif. Data kuisisioner yang berkualitas menjadi penentuan dalam pengujian data yang diteliti, jika instrument yang dipergunakan dalam pengumpulan data tak mempunyai reliabilitas serta validity tidak akan bermanfaat.

Penilaian dan pengujian tersebut dapat menunjukkan konsistensi dan data yang dikumpulkan akurat.

1. Uji Validitas

Pendapat (Sugiyono, 2017) ialah berukuran ketetapan antara data yang sesungguhnya terjadi dalam objek memakai data yang dikumpulkan sang peneliti. Untuk menentukan validitas suatu item, kolom yang akan diperiksa adalah kolom korelasi total item yang dikoreksi pada tabel total. Hasil statistik pengolahan data menggunakan Program *Statistical program For Social Science* (SPSS). Kriteria evaluasi uji validitas merupakan menjadi berikut:

Bila $r_{hitung} > r_{tabel}$, item kuisisioner tersebut valid

Bila $r_{hitung} < r_{tabel}$, item kuesioner tersebut dikatakan tidak valid

2. Uji Reliabilitas

(Sugiyono, 2017) menginterpretasikan uji reliabilitas berarti sejauh mana suatu hasil pengukuran dengan menggunakan subjek yang sama akan menghasilkan data yang sama, suatu kuesioner dikatakan reliabel atau dapat dipercaya jika respon seseorang terhadap suatu klaim konsisten atau stabil tergantung pada asalnya, alat ukur uji reliabilitas adalah *Cronbach Alpha*.

Hasil $\alpha > 0,60$ = reliabel atau konsisten

Hasil $\alpha < 0,60$ = tidak reliabel atau tidak konsisten

3. Uji Asumsi Klasik

(Ghozali, 2018) menjelaskan tujuan dari uji asumsi klasik ini adalah agar mengetahui hasil dari penelitian dalam regresi merupakan penaksir kolinier tak bisa terbaik. Agar mendapatkan kecocokan yang pas digunakan regresi yang caranya menggunakan metode kuadrat terkecil atau OLS (*Ordinary Least Square*). Bila sudah memenuhi persyaratan *Best Linear Unbiased Estimation* (BLUE) metode regresi OLS akan mampu menjadi indera ukur yang tak bias maka berasal itu memerlukan diadakannya Uji asumsi klasik pada data meliputi Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas, serta Uji Heteroskedastisitas, Uji Autokorelasi, dan Uji Linearitas:

a. Uji Normalitas

Tujuan asal uji normalitas merupakan buat menguji model regresi variabel pengganggu atau residual apakah mempunyai distribusi normal, seperti yang di ketahui uji T serta uji F diasumsikan bahwa nilai asal residual mengikuti distribusi normal. Analisis grafik serta uji statistik adalah 2 cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak nya (Ghozali, 2018).

b. Uji Multikolinieritas

Tujuan dari uji multikolinieritas adalah untuk menguji apakah ditemukannya model regresi dengan korelasi antarvariable independen (Ghozali, 2018). Seharusnya tidak akan terjadi korelasi diantara variabel independen jika model regresinya baik. Apabila terjadi nya korelasi, maka ditemukannya masalah multikolinieritas.

Menurut (Ghozali, 2018), diukur dari multikolinieritas terdapat nilai TOL (*Tolerance*) dan VIF (*Varian Inflation Factor*) yang umumnya nilai *cut off* menunjukkan adanya multikolinieritas artinya nilai *Tolerance* $< 0,1$ atau disamakan dengan nilai VIF > 10 , dalam pengujian multikolinieritas hipotesis yang digunakan artinya:

H0 : VIF > 10 , terdapat multikolinieritas

H1 : VIF < 10 , tidak terdapat multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dari uji yang dilakukan ialah apakah ada ketidaksamaan varian dan residual pada sebuah variabel ke variabel lainnya untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas ini yaitu dengan cara melihat grafik hasil SPSS, jika bentuk pola eksklusif, titik-titik yang menghasilkan pola-pola eksklusif (bergelombang, melebar, lalu menyempit) maka terindikasi adanya peristiwa heteroskedastisitas atau tidak terjadi (Ghozali, 2018), dengan melihat ada tidaknya pola tertentu yang ada pada scatterplot antara SRESID serta ZPRED akan terdeteksi keberadaan heteroskedastisitas dimana sumbu Y ialah Y yang tidak diprediksi, dan sumbu X merupakan residual (Y prediksi - Y sesungguhnya) yang telah di-*studentized* memakai dasar analisis menjadi berikut:

Contoh jika terindikasi terjadinya heteroskedastisitas maka akan muncul adanya pola tertentu yang beraturan yaitu bergelombang, melebar atau menyempit. Contoh jika tidak terjadi heteroskedastisitas maka pola yang muncul tidak akan jelas dan juga titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 (nol) pada sumbu Y.

d. Uji Linearitas

Dengan dijalankannya uji linearitas bertujuan buat mengetahui spesifikasi model yang digunakan telah sah, dengan uji linieritas akan diperoleh informasi apakah model empiris usahakan linier, kuadrat atau kubik (Ghozali, 2018), dengan *test for linierty* pada tingkat signifikansi 0,05 melalui program SPSS Metode pengambilan keputusan yaitu: Hubungan antara dua Variabel linier jika signifikansi Deviation From Linierty (df) $> 0,05$.

Hubungan antara dua Variabel tidak linier jika signifikansi Deviation From Linierty $< 0,05$.

4. Pengujian Hipotesis

Tujuan dari uji Hipotesis adalah untuk mengukur adanya efek antara Harga (X_1), Fasilitas (X_2) dan Kualitas Pelayanan (X_3) terhadap Kepuasan pelanggan (Y), yang dimana uji hipotesis terhadap ρ adalah unsur primer pembentuk koefisien determinasi. Keputusan menurut uji hipotesis hampir selalu dibentuk menurut pengujian hipotesis 0, Hipotesis yang akan diuji pada penelitian ini adalah:

a. Uji Hipotesis Parsial (Uji T)

Pengujian parsial mengukur signifikansi pengaruh terhadap variabel bebas (Harga, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan) terhadap variabel terikat (Kepuasan Pelanggan). Langkah-langkah pengujian ini adalah sebagai berikut:

1) Pengaruh Harga (X_1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

$H_0 : \rho_1 = 0$ (secara parsial tidak terdapat pengaruh Harga terhadap kepuasan pelanggan).

$H_a : \rho_1 \neq 0$ (secara parsial terdapat pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan).

2) Pengaruh Fasilitas (X_2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

$H_0 : \rho_2 = 0$ (secara parsial tidak terdapat pengaruh antara Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan).

$H_a : \rho_2 \neq 0$ (secara parsial terdapat pengaruh antara Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan).

3) Pengaruh Kualitas Pelayan (X_3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

$H_0 : \rho_3 = 0$ (secara parsial tidak terdapat pengaruh antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan).

$H_0 : \rho_3 \neq 0$ (secara parsial terdapat pengaruh antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan).

b. Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

$H_0 : \rho_1, \rho_2, \rho_3 = 0$ (secara simultan tidak terdapat pengaruh antara Harga, Fasilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan).

$H_a : \rho_1, \rho_2, \rho_3 \neq 0$ (secara simultan terdapat pengaruh antara Harga, Fasilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan).

Secara simultan menguji signifikansi F dan pengaruh perubahan variabel dependen ditinjau dari taraf signifikansi (α) $5\% = 0,05$

digunakan untuk menentukan rentang kritis dengan kriteria sebagai berikut:

Jika arti dari F kurang dari 0,05 H_0 ditolak
Jika signifikansi F adalah 0,05 H_a diterima

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 2 Uji Validitas

Item Pernyataan	<i>rhitung</i>	<i>r tabel</i>	Keterangan
X1.1	0,623	0,195	Valid
X1.2	0,792	0,195	Valid
X1.3	0,553	0,195	Valid
X1.4	0,601	0,195	Valid
X1.5	0,431	0,195	Valid
X1.6	0,782	0,195	Valid
X2.1	0,675	0,195	Valid
X2.2	0,710	0,195	Valid
X2.3	0,702	0,195	Valid
X2.4	0,625	0,195	Valid
X2.5	0,625	0,195	Valid
X2.6	0,698	0,195	Valid
X3.1	0,667	0,195	Valid
X3.2	0,790	0,195	Valid
X3.3	0,761	0,195	Valid
X3.4	0,686	0,195	Valid
X3.5	0,797	0,195	Valid
X3.6	0,635	0,195	Valid
Y.1	0,700	0,195	Valid
Y.2	0,709	0,195	Valid
Y.3	0,741	0,195	Valid
Y.4	0,661	0,195	Valid
Y.5	0,667	0,195	Valid
Y.6	0,693	0,195	Valid

1. Menurut tabel diatas mengenai variabel Harga yang terdiri 6 instrument yang memiliki pernyataan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan akibat dari uji yang dijalankan menampilkan hasil dari variabel Harga dipastikan Valid serta bisa menjadi instrumen penelitian.
2. Variabel Fasilitas terdiri berasal 6 item instrumen hubungan setiap item pernyataan memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ sehingga sesuai uji validitas menampilkan bahwa di seluruh item pernyataan di variabel Fasilitas diputuskan valid dan bisa menjadi instrumen penelitian
3. Menurut tabel diatas mengenai variabel kualitas pelayanan yang terdiri 6 instrument yang memiliki pernyataan nilai

r hitung > rtabel dan akibat dari uji yang dijalankan menampilkan hasil dari variabel Kualitas Pelayanan dipastikan Valid serta bisa menjadi instrumen penelitian.

- Menurut tabel diatas mengenai variabel Kepuasan Pelanggan yang terdiri 6 instrument yang memiliki pernyataan nilai r hitung > r tabel dan akibat dari uji yang dijalankan menampilkan hasil dari variabel Kepuasan Pelanggan dipastikan Valid serta bisa menjadi instrumen penelitian.

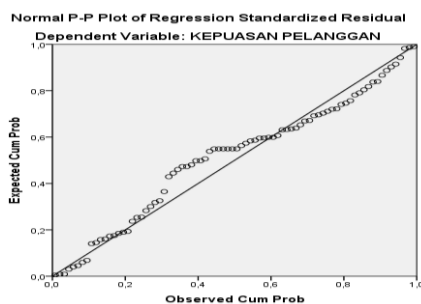
Tabel 3 Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Kriteria	Keterangan
Harga (X1)	0,687	0,6	Reliabel
Fasilitas (X2)	0,762	0,6	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X3)	0,816	0,6	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,785	0,6	Reliabel

Disimpulkan nilai Cronbach's Alpha berasal Variabel Harga (X1), Fasilitas (X2), Kualitas Pelayanan (X3) serta Kepuasan pelanggan (Y) jauh akbar asal 0,6 sehingga dapat dinyatakan data sudah reliabel yang berarti bahwa survey bisa dipergunakan pada penelitian

Uji Asumsi Klasik

Gambar 2 Normal p plot of regression standarized residual



Sumber : Data primer diolah dengan SPSS

a. berdasarkan akibat uji normalitas pada tampilan grafik dimana penyebaran data (titik) di sumbu diagonal grafik tidak menyebar jauh dari garis atau tidak beraturan bahkan mengikuti garis diagonal oleh sebab itu, sebagaimana dasar atau panduan pengambilan keputusan pada uji normalitas teknik probability plot bisa diartikan bahwa analisis regresi linier sederhana dalam penelitian ini sudah terpenuhi karena nilai residual pendistribusi normal. Uji Multikolinieritas Yang dikerjakan adalah tujuan uji Multikolinieritas jika adanya korelasi maka ada masalah pada multikolinearitas dengan cara mendeteksi pada nilai tolerance dan VIF (Variance Inflation Factor) (Ghozali, 2018).

Tabel 4 Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Coefficients ^a							
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
1 (Constant)	-.970	1,664			-.583	,562		
HARGA	,411	,084	,365	4,368	,000	,446	2,244	
FASILITAS	,291	,084	,292	3,091	,003	,329	3,038	
KUALITAS PELAYANAN	,330	,091	,329	3,645	,000	,362	2,764	

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Sumber : Data primer diolah dengan SPSS 21 (2022)

Tabel 5 Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistic		Keterangan
	Tolerance	VIF	
X1	0,446	2,244	Tidak terjadi Multikolinieritas
X2	0,329	3,038	Tidak terjadi Multikolinieritas
X3	0,362	2,764	Tidak terjadi Multikolinieritas

Sumber : Data primer diolah dengan SPSS 21 (2022)

Dari tabel diatas nilai tolerance variabel Harga (X1) yakni 0,446 Fasilitas (X2) yakni 0,329 Kualitas Pelayanan (X3) yakni 0,362 lebih besar dari 0,10 Sementara itu nilai VIF variabel Harga (X1) yakni 2,244 Fasilitas (X2) yakni 3,038 Kualitas Pelayanan (X3) yakni

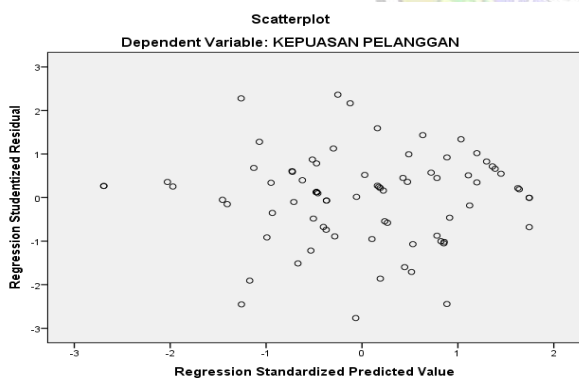
2,764 lebih kecil dari 10,00 sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian ini bertujuan untuk menguji di dalam model regresi tidak akan terjadi ketidaksamaan varian berasal residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Langkah untuk mengetahui keberadaan heteroskedastisitas ialah menggunakan menampilkan grafik plot jika ada pola eksklusif. Jika titik-titik yang terlibat membentuk pola eksklusif (bergelombang, lebar, sempit), ini menunjukkan telah terjadi atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2018).

Variabel independent yang pada uji yaitu Harga (X1), Fasilitas (X2), Kualitas Pelayanan (X3) pada bentuk regresi. Permasalahan heteroskedastisitas pada pengujian memanfaatkan *Scatterplot* yang artinya menggunakan *standardized predictors* dengan *standardized residual* contoh, Bila tak ada pola yang kentara, titik titik menyebar pada atas ataupun bawah angka 0 pada sumbu Y, bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas, Berikut yang akan terjadi *scatterplot* yang didapatkan dari *output* SPSS :

Gambar 3 Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 21 (2022)

menampilkan *Scatterplot* tidak membentuk pola tertentu, sekalipun titik-titik di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y tersebar, akan terjadi heteroskedastisitas.

c. Uji Linieritas

Mengetahui hubungan antar variabel bebas dan variabel terikat linier atau tidak adalah tujuan uji linieritas (Ghozali,2018). Kriteria pengujian linieritas merupakan Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka

hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat merupakan linier, yang akan terjadi rangkuman uji linieritas disajikan berikut adalah:

Tabel 6 Hasil Uji Linieritas

Variabel	Sig Deviation from linearity	Keterangan
X1-Y	0,698	Ada hubungan linear antara harga terhadap kepuasan pelanggan
X2-Y	1,638	Ada hubungan linear terhadap fasilitas terhadap kepuasan pelanggan
X3-Y	1,163	Ada hubungan linear terhadap kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

Sumber : Data primer diolah dengan SPSS 21 (2022)

Dari hasil pengujian di atas dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan linier antara variabel X dan variabel Y.

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Langkah atau teknik analisis hipotesis penelitian yang dikerjakan bertujuan menguji ada tidaknya dampak yang timbul antar variabel pertama dengan variabel lainnya yang dikatakan desain persamaan matematik (regresi). Mencari pengaruh dari dua variable independen terhadap variabel dependen adalah tujuan dari analisis regresi linear multiples atau berganda, berdasarkan analisis regresi menggunakan menggunakan SPSS diperoleh yang akan terjadi menjadi berikut:

Tabel 7 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien β	Standar Error
Konstanta	-0,970	1,664
Harga	0,411	0,094
Fasilitas	0,291	0,094
Kualitas Pelayanan	0,330	0,091

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 21 (2022)

Tabel 8 Hasil Analisis Regresi Berganda

		Coefficients ^a		Standardized Coefficients	t	Sig.
		Unstandardized Coefficients	Std. Error			
Model		B		Beta		
1	(Constant)	-.970	1,664		-.583	,562
	HARGA	,411	,094	,355	4,368	,000
	FASILITAS	,291	,094	,292	3,091	,003
	KUALITAS PELAYANAN	,330	,091	,329	3,645	,000

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Sumber :Data primer diolah dengan SPSS 21 (2022)

Dari tabel diatas dapat diartikan Koefisien β

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = -0,970 + 0,411 X_1 + 0,291 X_2 + 0,330 X_3 + e$$

bahwa desain persamaan regresi yang diuraikan sebagai berikut :

Keterangan:

Y = Kepuasan Pelanggan

α = Koefisien konstanta

β₁ = Koefisien regresi Harga

β₂ = Koefisien regresi Fasilitas

β₃ = Koefisien regresi Kualitas Pelayanan

X₁ = Penerapan Harga

X₂ = Fasilitas

X₃ = Kualitas Pelayanan

e = Estimasi error

persamaan yang ditampilkan pada keterangan diatas bisa digunakan untuk di inteprestasikan sebagai berikut:

a. Nilai Variabel yang tersusun dari Harga (X₁), Fasilitas (X₂), Kualitas Pelayanan (X₃) memiliki nilai sama dengan nol, maka Kepuasan pelanggan (Y) sama dengan -0,970 (Koefisien Konstanta bernilai negatif).

b. Koefisien regresi berganda Harga (X₁) dari perhitungan regresi linier berganda dapat dilihat sebesar 0,411 hal ini berarti setiap ada peningkatan Harga (X₁) sebesar 1 maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,411. Harga dan kepuasan pelanggan terjadi hubungan positif jika peningkatan Harga (X₁) terhadap kepuasan pelanggan mengalami kenaikan atau bertambah.

c. Koefisien regresi berganda Fasilitas (X₂) dari perhitungan regresi linier berganda dapat dilihat sebesar 0,291 hal ini berarti setiap 1 nilai Fasilitas (X₂) akan bertambah tingkat kepuasan pelanggan sebesar 0,291.

d. Koefisien regresi berganda Kualitas Pelayanan (X₃) dari perhitungan regresi linier berganda dapat dilihat sebesar 0,330 hal ini berarti setiap ada peningkatan Kualitas Pelayanan sebesar 1 maka Kuslitas Pelayanan akan meningkat sebesar 0,330 Jadi Kualitas Pelayanan (X₃) berimbang positif terhadap kepuasan pelanggan.

2. Analisis Koefisien Determinasi Berganda (Adjusted R²)

Koefisien determinasi merupakan suatu alat untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat berkisar antara nilai 0 sampai 1 , angka mendekati 1, maka semakin besar adanya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, berikut hasil kofisien determinasi (Adjusted R²):

Tabel 9 Perhitungan Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,881 ^a	,777	,768	1,527

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, HARGA, FASILITAS

Sumber: Data Primer Diolah dengan SPSS 21 (2022)

Disimpulkan pada tabel diatas tabel perhitungan melihat hasil R sebesar 0,881 artiannya Harga (X₁), Fasilitas (X₂), Kualitas Pelayanan (X₃) memiliki hubungan korelasi yang kuat terhadap Kepuasan Pelanggan, dapat dijabarkan dari perhitungan menggunakan program SPSS, diketahui nilai Koefisien Determinasi berganda Adjust R Square 0,768 atau sebesar 76,8%. Hitungan ini menunjukkan Kepuasan Pelanggan memiliki hubungan dengan variabel tersebut (Harga, Fasilitas, Kualitas Pelayanan) sisa dari persentase 23,2% berhubungan dengan variabel lain yang tidak peneliti riset .

3. Uji Hipotesis

a. Uji T (Parsial)

Menunjukkan pengaruh variabel secara individu variabel bebas yang ada dalam penelitian serta menunjukkan signifikansi antar variabel ini tujuan dari Uji T, Hal ini bertujuan mengetahui nilai signifikansi variabel bebas terhdap variabel terikat hasil uji dengan acuan nilai lebih kecil dari 0,05 (<0,05) dinyatakan signifikan. Penentuan t tabel menggunakan

rumus: $t \text{ tabel} = (0,025 : n-k-1 / df \text{ residual})$
 untuk acuan nilai df bisa dilihat pada F table,
 Berikut adalah hasil uji T (Parsial):

Tabel 10 Perhitungan Uji T Pada Taraf Signifikansi 0,05

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.970	1,664		-.583	,562
	HARGA	,411	,094	,355	4,368	,000
	FASILITAS	,291	,094	,292	3,091	,003
	KUALITAS PELAYANAN	,330	,091	,329	3,645	,000

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 21 (2022)

Hasil dari output uji T (parsial) pada tabel dapat dijelaskan sebagai berikut:

1) Hipotesis ke satu (H1) atau Uji T pada variabel Harga (X1) jika signifikansi variabel Harga (X1) pada uji t sig <0,05 atau t hitung > t tabel bahwa tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap Y:

$$T \text{ tabel} = t (a/2 : n-k-1)$$

$$= 0,05/2 : 80-3-1$$

$$= 0,025 : 76$$

$$= 1,991$$

Dari melihat tabel analisis uji t adalah besaran nilai t hitung pada variabel Harga (X1) yaitu senilai 4,368 dengan tingkat signifikansi yaitu 0,000 maka $4,368 > 1,991$ dan $0,000 < 0,05$ menunjukkan H0 ditolak dan H1 diterima. Dapat disimpulkan, Variabel Harga (X1) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

2) Hipotesis kedua (H2) uji T pada variabel Fasilitas (X2), jika signifikansi variabel Fasilitas (X2) pada uji t sig <0,05 atau t hitung > t tabel bahwa tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap Y:

$$T \text{ Tabel} = t (a/2 : n-k-1)$$

$$= 0,05/2 : 80-3-1$$

$$= 0,025 : 76$$

$$= 1,991$$

Dari melihat tabel analisis Uji T adalah besaran nilai t hitung pada variabel Fasilitas (X2) ialah sebesar 3,091 dengan tingkat signifikansi adalah 0,003 , maka $3,091 > 1,991$ dan $0,003 < 0,05$ menunjukkan H0 ditolak dan H1 diterima. Dapat disimpulkan Variabel Fasilitas (X2)

berpengaruh signifikan secara parsial kepada Kepuasan Pelanggan (Y).

3) Hipotesis Ketiga (H3) Uji T pada variabel Kualitas Pelayanan (X3), jika signifikansi variabel Kualitas Pelayanan (X3) pada uji t sig <0,05 atau t hitung > t tabel bahwa tidak dapat pengaruh variabel X terhadap Y :

$$T \text{ table} = t (a/2 : n-k-1)$$

$$= 0,05/2 : 80-3-1$$

$$= 0,025 : 76$$

$$= 1,991$$

Dari analisis Uji T adalah besaran nilai t hitung pada variabel Kualitas Pelayanan (X3) ialah sebesar 3,645 dengan tingkat signifikansi 0,000 Karena $3,645 > 1,991$ dan $0,000 < 0,05$ maka menunjukkan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima. Dapat disimpulkan variabel kualitas pelayanan (X3) berpengaruh signifikan secara parsial kepada kepuasan pelanggan (Y) .

b. Uji F (Simultan)

Pengujian ini memiliki tujuan mencari tau sejauh mana variabel bebas yang di teliti dapat dijelaskan dengan variabel terikat meliputi variabel Harga (X1), Fasilitas (X2), Kualitas Pelayanan (X3) secara simultan/bersamaan terhadap variabel terikat yaitu Kepuasan Pelanggan (Y) dan apakah sesuai dengan model tersebut atau tidak. Apabila nilai signifikan <0,05 maka model regresi dianggap signifikan, berikut hasil Uji F (simultan) :

Tabel 11 Perhitungan Uji F Pada Taraf Signifikansi 0,05

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	616,218	3	205,406	88,063	,000 ^b
	Residual	177,269	76	2,332		
	Total	793,487	79			

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

b. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, HARGA, FASILITAS

Sumber : Data primer diolah dengan SPSS 21 (2022)

sesuai hasil tabel diatas, mengetahui Harga (X1), Fasilitas (X2), Kualitas Pelayanan (X3) bisa bersamaan (simultan) menciptakan hubungan yang signifikan kepada variabel Kepuasan Pelanggan (Y), jawaban tersebut dibuktikan dengan nilai signifikansi F hitung

88,063 lebih besar dari F tabel 2,72 dan taraf signifikan $0,000 < 0,05$.

Pembahasan

1. Hubungan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil pengujian hipotesis pertama mengenai pengaruh Harga (X_1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) terdapat pengaruh positif dan signifikan. Kesimpulan tersebut didasarkan pada hasil perhitungan hasil uji T dengan SPSS yang disajikan pada tabel 10 hal ini dapat dibuktikan dengan hasil dari t hitung sebesar 4,368 dengan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,411. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin terjangkau harganya semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan.

2. Hubungan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil pengujian hipotesis kedua mengenai pengaruh Fasilitas (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) terdapat pengaruh positif dan signifikan. Kesimpulan tersebut didasarkan pada hasil perhitungan hasil uji T dengan SPSS yang disajikan pada tabel 10. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil dari t hitung sebesar 3,091 dengan tingkat signifikansi 0,004 lebih kecil dari 0,05 dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,291. Sehingga dapat disimpulkan bahwa bertambahnya Fasilitas yang ada semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan.

3. Hubungan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil pengujian hipotesis ketiga mengenai pengaruh Kualitas Pelayanan (X_3) terhadap kepuasan pelanggan (Y) terdapat pengaruh positif dan signifikan. Kesimpulan tersebut didasarkan pada hasil perhitungan hasil uji T dengan SPSS yang disajikan pada tabel 10. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil dari t hitung sebesar 3,645 dengan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,330. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin baik tingkat kualitas pelayanan yang diberikan semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan.

4. Hubungan Harga, Fasilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

hasil menunjukkan R Square sebesar 0,777 yang berarti bahwa hubungan korelasi antara kepuasan pelanggan dengan Harga (X_1), Fasilitas (X_2), Kualitas Pelayanan (X_3) adalah kuat, karena nilai R lebih dari 0,5 maka dapat dikatakan berkorelasi kuat. Dari perhitungan koefisien determinasi berganda dengan bantuan SPSS, diketahui bahwa nilai koefisien determinasi berganda Adjust R Square adalah 0,768 atau sebesar 76,8%. Nilai ini menunjukkan kepuasan pelanggan memiliki hubungan dengan variabel Harga (X_1), Fasilitas (X_2), Kualitas Pelayanan (X_3) sisanya sebesar 23,2% berhubungan dengan variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

V. PENUTUP

Kesimpulan

Dari beberapa hasil penelitian dan pembahasan yang ada pada bab IV maka peneliti dengan menghasilkan kesimpulan yang bisa menjawab atas rumusan masalah yang ada pada bab I, kesimpulan tersebut sebagai berikut :

1. Hasil pengujian hipotesis pertama mengenai pengaruh Harga (X_1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) terdapat pengaruh positif dan signifikan. Kesimpulan tersebut didasarkan pada hasil perhitungan hasil uji T dengan SPSS yang disajikan pada tabel 10. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil dari t hitung sebesar 4,368 dengan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,411. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Semakin terjangkau harganya semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan
2. Hasil pengujian hipotesis kedua mengenai pengaruh Fasilitas (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) terdapat pengaruh positif dan signifikan. Kesimpulan tersebut didasarkan pada hasil perhitungan hasil uji T dengan SPSS yang disajikan pada tabel 10. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil dari t hitung sebesar 3,091 dengan tingkat signifikansi 0,004 lebih kecil dari 0,05 dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,291. Sehingga dapat disimpulkan bahwa bertambahnya Fasilitas yang ada semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan
3. Hasil pengujian hipotesis ketiga mengenai pengaruh Kualitas Pelayanan (X_3) terhadap

kepuasan pelanggan (Y) terdapat pengaruh positif dan signifikan. Kesimpulan tersebut didasarkan pada hasil perhitungan hasil uji T dengan SPSS yang disajikan pada tabel 10. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil dari t hitung sebesar 3,645 dengan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,330. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin baik tingkat kualitas pelayanan yang diberikan semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan.

4. Hasil Pengujian Harga, Fasilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap menunjukkan R Square sebesar 0,777 yang berarti bahwa hubungan korelasi antara kepuasan pelanggan dengan Harga (X_1), Fasilitas (X_2), Kualitas Pelayanan (X_3) adalah kuat, karena nilai R lebih dari 0,5 maka dapat dikatakan berkorelasi kuat. Dari perhitungan koefisien determinasi berganda dengan bantuan SPSS, diketahui bahwa nilai koefisien determinasi berganda Adjust R Square adalah 0,768 atau sebesar 76,8%. Nilai ini menunjukkan kepuasan pelanggan memiliki hubungan dengan variabel Harga (X_1), Fasilitas (X_2), Kualitas Pelayanan (X_3) sisanya sebesar 23,2% berhubungan dengan variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang ada diatas, peneliti menemukan beberapa indikasi kelemahan tentang pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Kereta Api Indonesia DAOP 8 Surabaya. Oleh karena itu, ada beberapa saran dari penulis, sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan
 - a. meningkatkan atau menambahkan fasilitas yang ada agar tercapainya kepuasan pelanggan, karena dengan adanya perawatan atau pemeliharaan Fasilitas yang ada pada stasiun maupun dalam kereta api akan lebih membantu dalam tercapainya kepuasan pelanggan atau pengguna fasilitas tersebut .
 - b. Ditambahkannya Fasilitas yang ada pada stasiun ataupun di dalam kereta untuk membantu para pelanggan merasa aman dan nyaman, seperti halnya loker untuk

penitipan barang yang dimiliki oleh pelanggan bisa di sediakan di dalam kereta maupun di stasiun

- c. Selalu mengecek kondisi semua Fasilitas yang ada pada stasiun atau di dalam kereta api apakah sudah dalam keadaan normal dan dapat digunakan dengan baik seperti contoh : Kamar Mandi, Stop kontak yang tersedia di dalam kereta api, kursi yang ada di dalam kereta api, dan fasilitas lainnya yang disediakan
2. Saran bagi lembaga Perguruan Tinggi :
Perguruan Tinggi STIAMAK merupakan kawasan buat menimba ilmu yang sangat membantu mahasiswa dalam mencapai kompetensi yang diperlukan buat menjadi pendidik yang profesional. Semoga akibat asal penelitian ini dapat sebagai tambahan ilmu yang bermanfaat pada ilmu manajemen pemasaran, serta semoga hasil penelitian ini mampu menjadi pembanding dengan teori-teori yang diperoleh dari perkuliahan.
3. Saran bagi peneliti selanjutnya :
Penelitian keempat variabel ini agar dapat dilanjutkan dan bisa menambahkan variabel-variabel lainnya yang saling berhubungan dalam penelitian yang bertujuan untuk mencapai kepuasan pelanggan

DAFTAR REFRENSI

DAFTAR PUSTAKA

- 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.
- Kotler & Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip & Kevin Keller. 2009 (terj. Bob Sabran). *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ketigs Belas Jilid 1. Jakarta: Erlangga

- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Mufidah, R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kereta Api Kutojaya Utara Kelas Ekonomi (Doctoral dissertation, IAIN Purwokerto).
- Muhamad, A. R. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan E-Ticketing Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Kereta Api (Studi Kasus Pada Kereta Api Harina Jurusan Semarang-Bandung). SKRIPSI.
- Muhammad, S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pt. Kereta Api Indonesia (Studi Kasus pada Stasiun Pasar Senen Daop 1 Jakarta) (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta).
- Mulatsih, R. (2016). Studi Kepuasan Penumpang Kereta Api Kamandaka Jurusan Semarang-Purwokerto. *Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis*, 13(2).
- Prawira, S. A., & Prantasari, D. (2020). Pengaruh Aksesibilitas, Inovasi Dan Kualitas Pelayanan Fasilitas Publik Terhadap Kepuasan Penumpang Disabilitas Di Kereta Rel Listrik Jakarta. Pengaruh Aksesibilitas, Inovasi Dan Kualitas Pelayanan Fasilitas Publik Terhadap Kepuasan Penumpang Disabilitas Di Kereta Rel Listrik Jakarta.
- Puspita, Richa Mega; SANTOSO, Singgih. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Pendukung Terhadap Kepuasan Pelanggan Stasiun Lempuyangan Yogyakarta. *Eksis: Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 2018, 13.1: 69-80.
- Putranto, T. A. W. A. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen. Studi Kasus pada Konsumen PT. Kereta Api Indonesia Daerah Operasional VI Yogyakarta.
- Shin, C. S., Hwang, G. S., Lee, H. W., & Cho, S. R. (2015). The impact of Korean franchise coffee shop service quality and atmosphere on customer satisfaction and loyalty. *Asian Journal of Business Environment*, 5(4), 47-57.
- Sinaga, Lesta Riana; EFENDI, Nur; HARORI, M. Iqbal. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa Transportasi Bus Damri. *Jurnal Perspektif Bisnis*, 2020, 3.2: 89-96.
- Sitohang, T. O. P. (2019). Pengaruh Fasilitas, Keamanan, Penanganan Komplain (Complainhandling) Terhadap Kepercayaan Menggunakan Jasa Transportasi Pt Kereta Api Indonesia (Persero) Medan. *Creative Agung*, 9(2), 196-209.
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: Alfabeta
- Sunyoto, Danang. 2009. *Analisis Regresi dan Uji Hipotesis*. Yogyakarta: Buku Tunggul.
- Syahlina, M. (2019). Pengukuran kepuasan pengguna kereta api Indonesia (persero) Medan melalui fasilitas dan pelayanan. *Jurnal Abdi Ilmu*, 12(2), 51-57.
- Syahlina, Maya. Pengukuran kepuasan pengguna kereta api Indonesia (persero) Medan melalui fasilitas dan pelayanan. *Jurnal Abdi Ilmu*, 2019, 12.2: 51-57.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2016. *Service, Quality &*

Satisfaction. Yogyakarta : CV Andi Offset.

Konsumen (Studi Kasus: Ka Bandara Stasiun Sudirman Baru, Bni City). *Jurnal Manajemen*, 3(2), 45-59.

Tjiptono, Fandy dan Gregorius Candra. 2011. *Service, Quality & Satisfication*, Edisi Kedua, Yogyakarta: Andi Offset.

Widyaningtyas, 2010. *Faktor -faktor yang mempengaruhi loyalitas serta dampaknya pada kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa kereta api Harina (Studi pada PT. Kereta Api Indonesia DAOP IV Semarang)*, Skripsi, FE Undip Semarang.

Tjiptono, Fandy. 2006. *Manajemen Jasa*. Andy Offset, Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy. 2008. *Service management, mewujudkan pelayanan prima*. Yogyakarta: Andi.

Yuriansyah, A. L. (2013). Persepsi tentang kualitas pelayanan, nilai produk dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan. *Management Analysis Journal*, 2(1)

Wahyono, A., & Fatmaningsih, S. (2019). Pengaruh Faktor-Faktor Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan

