



## Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Kereta Api Indonesia Terhadap Kepuasan Penumpang Kelas Luxury

Dessy Puspitasari<sup>1</sup>, Parameshadila Gunawan<sup>2</sup>, Sri Murti Dina Triyasningrum<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Institusi Komunikasi dan Bisnis LSPR, Jakarta, Indonesia

### Abstrak

Received: 01 Juni 2024  
Revised: 08 Juni 2024  
Accepted: 15 Juni 2024

*PT Kereta Api Indonesia (Persero) is a state-owned company that provides quality and attractive services to the rail public transport system. One of the new innovations implemented is the creation of luxury class trains, commonly called luxury trains or sleeper trains. This study aims to reveal the impact of amenities and service quality on passenger satisfaction of a connected luxury train through communication science. A quantitative approach for the existence of two independent variables in this study, by identifying the factors contributing to passenger satisfaction with luxury class rail transport through multiple linear regression techniques, namely convenience (X1) and service quality (X2), and used the statistical calculation system SPSS version 25.0. The results of this study show that the two variables of benefit disclosure and service quality have a positive effect simultaneously. 74.7% of passenger satisfaction and the remaining 25.7% were influenced by other variables outside the research variables. In addition, it is important for PT Kereta Api Indonesia to improve the quality of its facilities and services in order to provide high-quality service and comfort to its passengers so that travel is continuously growing.*

**Keywords:** Service Excellence, Passenger Satisfaction, Facility, Service Quality

(\*) Corresponding Author: [puspitaadessy@gmail.com](mailto:puspitaadessy@gmail.com)

**How to Cite:** Puspitasari, D., Gunawan, P., & Triyasningrum, S. M. D. (2024). Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Kereta Api Indonesia Terhadap Kepuasan Penumpang Kelas Luxury. <https://doi.org/10.5281/zenodo.12704028>.

## INTRODUCTION

Jasa transportasi semakin berkembang sehingga organisasi dalam bidang tersebut juga semakin meningkat dan menyebabkan persaingan perusahaan semakin kuat. Untuk menarik perhatian pelanggan maka perlu adanya inovasi (Rustandi et al.,2020). Dalam hal ini pelanggan akan menjadi lebih selektif dalam memilih dan menilai perusahaan di bidang jasa transportasi.

Terdapat delapan anak perusahaan PT Kereta Api Indonesia, yaitu KAI Service (2003), KAI Bandara (2006), KAI Commuter (2008), KAI Wisata (2009), KAI Logistik (2009), KAI Properti (2009), PT Pilar Sinergi BUMN Indonesia (2015) dan PT Moda Integrasi Transportasi Jabodetabek (2019). Kereta Api Pariwisata memiliki kemungkinan besar akan terus meningkatkan kualitas pelayanan serta fasilitas untuk penumpang. Kereta api sendiri memiliki tiga rangkaian yang terdiri dari gerbong ekonomi, bisnis, dan eksekutif yang kemudian



berkembang menjadi ekonomi premium serta adanya kelas *priority* dan *luxury* pada kelas eksekutif (Suyudi, 2018).

Pada tahun 2018 kereta kelas *luxury* diluncurkan dengan nama *sleeper train* yang kemudian diluncurkan kembali dengan nama *luxury 2* di tahun 2019. Terdapat sejumlah 26 kursi di setiap gerbong kelas kedua ini (PT Kereta Api Indonesia (Persero), 2018). Dari data PT KAI Pusat bulan september 2022 pada laporan volume tercatat penumpang dari kereta kelas *luxury* ini mencapai 135,308 penumpang. Dan sebanyak 4,832 pembeli tiket kereta api kelas *luxury* selama periode bulan desember 2021-Januari 2022 dimana angka pembelian tersebut merupakan angka terendah dibandingkan pembelian tiket kelas lainnya.

PT Kereta Api Indonesia sempat mendapatkan penghargaan *Public Service Excellence Award* pada tahun 2021 di acara *CNBC Indonesia Awards 2021* atas usahanya dalam kualitas pelayanan yang semakin meningkat baik, acara tersebut dilaksanakan secara virtual pada Kamis, 04 November 2021 (PT Kereta Api Indonesia (Persero), 2021). Tjiptono (dalam Wulandari, 2017) menjelaskan bahwa terdapat konsep fasilitas yang dapat digunakan untuk menghitung penilaian yaitu: Bagian perencanaan, Desain ruang, Perlengkapan alat-alat, Pencahayaan, Rona pada suatu ruang, dan pesan yang diberikan melalui desain grafis.

Selanjutnya Tjiptono & Chandra (Aziz & Hendrastyo, 2020) juga menjelaskan terdapat konsep kualitas pelayanan dimana kualitas pelayanan adalah hal yang sangat penting dalam memenuhi keinginan pelanggan. Beberapa faktor seperti Empati, Berwujud, Keandalan, Cepat tanggap, dan Kepastian bisa menjadi penentu kualitas pelayanan jasa. Yang jika dijelaskan lebih mendalam adalah mengenai ketepatan waktu dalam melayani penumpang dengan sopan dan ramah serta keakuratan dalam memberikan pelayanan, Kesempatan untuk mendapatkan layanan, Kenyamanan pelayanan, dan Alat-alat pendukung (Hutabarat, 2023).

Ada konsep kepuasan penumpang yang memiliki beberapa dimensi yaitu terpenuhinya harapan, minat berkunjung kembali, dan kemauan merekomendasikan (Indrasari, 2019). Poin penting dari konsep ini adalah kualitas produk, kualitas layanan, emosi, dan harga. Jika penelitian ini masuk kedalam Ilmu Komunikasi maka didapatkan bahwa terdapat komunikasi asertif yang dilakukan. Asep Purnama Bahtiar dalam workshop di Perpustakaan Universitas Ahmad Dahlan (2016) menggunakan komunikasi asertif untuk menyampaikan kepada orang lain mengenai apa yang mereka inginkan, rasakan dan pikirkan

Rangkuti (2017) dalam bukunya menjelaskan terkait *service excellence* yang merupakan sebuah pelayanan yang diberikan dengan maksimal yang menjadi salah satu faktor utama untuk mendukung keberhasilan perusahaan dimana pelayanan tersebut dapat dilakukan secara berkelanjutan sehingga dapat mencapai ekspektasi pelanggan (Nathalia & Kristana, 2019)

Perusahaan memberikan komunikasi asertif untuk dapat menilai tingkat kecerdasan dengan menggunakan metode komunikasi yang baik, sehingga orang tersebut dapat memberikan pelayanan yang baik kepada para pemangku kepentingan (Restianty, 2018). Komunikasi interpersonal ini merupakan tindakan yang ditujukan untuk suatu tujuan tertentu dan merupakan komunikasi dua arah yang melibatkan bertukar informasi, ide, pendapat dan perasaan tentang acara pribadi, keluarga dan organisasi.

Rumusan masalah adalah untuk mengetahui bagaimana fasilitas kereta api dan kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan penumpang kelas mewah. Dan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh fasilitas kereta api dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan penumpang kereta api kelas mewah. Hal ini dikarenakan kepuasan penumpang dapat meningkatkan citra suatu perusahaan di mata depan. Kepuasan penumpang menentukan kesan masyarakat terhadap suatu perusahaan transportasi umum. Dan hal ini berdampak besar pada perusahaan jasa transportasi dan merek PT Kereta Api Indonesia (Persero).

Serta menggunakan teori dan konsep Kepuasan Penumpang yang dinilai dari aspek Kesesuaian dengan harapan, kesediaan untuk menggunakan kembali, dan kesediaan untuk memberikan rekomendasi. Dan *service excellence* sebagai faktor utama dalam mendukung keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanan terbaik secara maksimal sehingga terdapat hasil kepuasan penumpang kereta api.

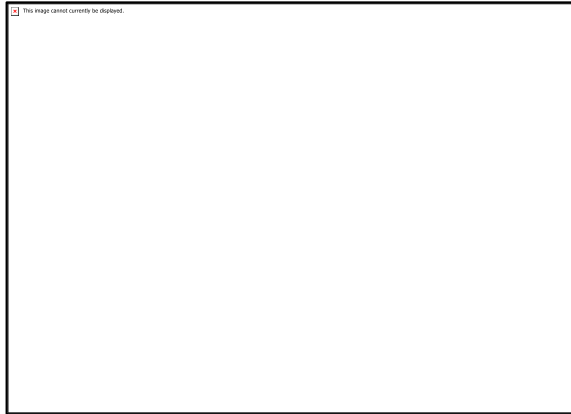
## **METHOD**

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif untuk menghitung kepuasan kelas *luxury* dari penumpang kereta api dan menganalisisnya dengan menggunakan regresi berganda. Hal ini dilakukan untuk mengukur pengaruh dua variabel independen yaitu fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan penumpang (Rahmat, 2009). Penelitian ini termasuk dalam jenis eksplanatori yaitu menjelaskan hubungan antar variabel melalui pengujian hipotesis untuk memperkuat atau menyangkal temuan berdasarkan penelitian sebelumnya (Sugiyono, 2017).

Sumber data ditentukan melalui metodologi penelitian penyebaran kuesioner secara online, dan sumber data sekunder dari PT Kereta Api Indonesia Daerah Operasi 1 Jakarta juga digunakan untuk mendukung pembahasan penelitian mengenai kereta api *luxury*. Sebagian besar penumpangnya merupakan pria dengan usia antara 40 hingga 55 tahun dan pekerja kantoran yang berlibur dengan kereta *luxury*.

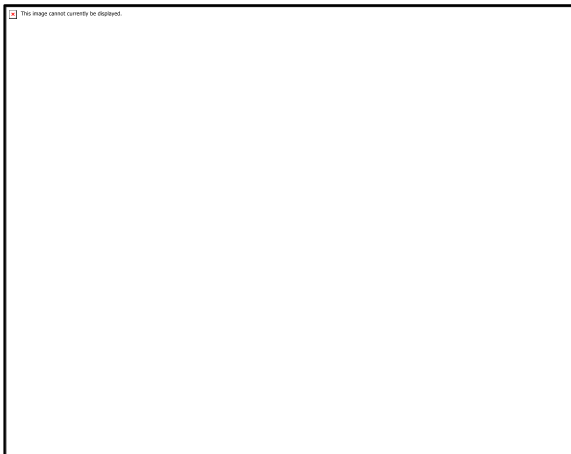
## **RESULTS AND DISCUSSIONS**

Setelah melalui banyak inovasi modern dalam beberapa tahun terakhir, PT Kereta Api Indonesia (Persero) merilis kereta eksekutif mewah jenis pertama yaitu kereta tidur (*sleepers*) pada tahun 2018 untuk dapat meningkatkan kinerja kepuasan penumpang selama bepergian. Kereta api ini berdasarkan desainnya, memiliki sedikit kesamaan dengan perjalanan udara pada kelas bisnis.



Gambar 1. Kereta api eksekutif kelas *luxury* tipe *sleeper*

Tahun berikutnya, jenis kereta api kelas mewah diperkenalkan kembali, namun dengan perbedaan antara lain harga, dan juga jenis tempat duduknya, serta jumlah penumpang di dalam satu gerbong kereta. Tipe kelas ini disebut dengan *Luxury 2*. Yang dimana, kereta kelas mewah ini masih memiliki ruang kaki yang luas dan *reclining seat* untuk kenyamanan penumpang.



Gambar 2. Interior kereta api eksekutif tipe *Luxury 2*

### Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan 9 pernyataan untuk variabel X1, 11 pernyataan untuk variabel X2, dan 11 pernyataan untuk variabel Y. Untuk dapat menguji validitas dari pernyataan tersebut, peneliti menggunakan nilai 1% sebesar 0,463 yang diuji kepada 30 responden, karena jika menurut (Rahmadi, 2011) pernyataan instrumen survei dapat dinyatakan valid jika jumlah korelasi pada kolom item yang dikoreksi lebih besar dari 0,463 untuk skala 30 responden, dengan taraf signifikansi 1%. Maka dari hasil uji validitas ini peneliti mendapatkan hasil pada tabel R yang valid.

Dari hasil pernyataan tersebut peneliti menggunakan data yang ada untuk dapat diuji reliabilitasnya, pada uji ini pernyataan dapat dikatakan reliabel apabila data yang dianalisis menghasilkan hasil yang sama atau konsisten terhadap penelitian yang dilakukan berulang kali. Oleh karena itu, dari hasil yang didapat bahwa uji reliabilitas pre-test dengan 30 responden menunjukkan nilai Cronbach alpha lebih dari 0,70. Dapat disimpulkan bahwa kuesioner telah disebarkan. kepada responden dapat diandalkan karena dapat memperoleh jawaban yang relatif konsisten dari responden (Pridana & Sinurasi, 2020). Kemudian dari hasil uji reliabilitas terhadap 100 responden menunjukkan nilai Cronbach alpha seluruh variabel lebih besar dari 0,70. Oleh karena itu, kuesioner yang disebar merupakan kuesioner yang reliabel karena hasil responnya relatif stabil.

## **ANALISIS HASIL DATA KUESIONER**

### **Karakteristik Responden**

Berdasarkan data yang dihasilkan, responden pada kelompok umur 40-55 tahun mencapai 45%, disusul responden pada kelompok umur 15-24 tahun dibandingkan dengan jumlah tertinggi berikutnya yaitu. 39% dari negara. Rentang usia responden adalah 25-39 tahun yaitu. 14% dan sebagian besar berusia di atas 56 tahun yaitu. Hanya 2% dari populasi. Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar penumpangnya berusia antara 40-55 tahun dan termasuk dalam kelas mewah kereta api Indonesia tersebut.

Hingga 62% penumpang yang paling sering bepergian dengan kereta mewah adalah laki-laki, sedangkan 38% sisanya adalah perempuan. Jenis pekerjaan yang paling banyak dipilih responden adalah pegawai di perusahaan sebanyak 52%, kemudian pelajar sebanyak 36%, wiraswasta sebanyak 10%, dan jenis pekerjaan lainnya sebanyak 2%. Hampir separuhnya memutuskan untuk berlibur, dengan mayoritas responden memilih opsi ini sebesar 44%. Disusul tujuan pekerjaan resmi sebesar 21%, kebutuhan keluarga sebesar 19%, kebutuhan sekolah atau universitas sebesar 7% dan responden yang memilih tujuan lain sebesar 9%.

## **HASIL PENELITIAN**

### **Hasil Statistik Deskriptif**

Statistik deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini mencerminkan data survei yang diolah, meliputi variabel bebas (X) yaitu kualitas fasilitas dan pelayanan, dan variabel (Y) yaitu kepuasan penumpang. Statistik deskriptif ini menggambarkan mean, maksimum, minimum, dan standar deviasi suatu data. Berikut hasil uji statistik deskriptif berdasarkan data variabel independen dan dependen yang diolah peneliti:

Tabel 1. Hasil Uji Statistik

<i>Descriptive Statistics</i>						
	<b>N</b>	<b>Minimum</b>	<b>Maximum</b>	<b>Sum</b>	<b>Mean</b>	<b>Std.Deviation</b>
<b>X1</b>	100	25	45	4031	40.31	4.834
<b>X2</b>	100	29	55	4926	49.26	6.343
<b>Y</b>	100	27	55	4829	48.29	6.711
<b>Valid N (listwise)</b>	<b>100</b>					

Dari tabel di atas terlihat bahwa kuesioner berisi total (N) 100 data survei. Adapun uraian pernyataan kuesionernya adalah sebagai berikut:

1. Variabel fasilitas berlabel X1 mempunyai nilai minimal sebanyak 25 poin dan nilai maksimal total 45 poin. Nilai rata-rata yang ditemukan adalah 40,31 yang terlihat bahwa semakin tinggi skor keseluruhan maka semakin tinggi kepuasan penumpang terhadap fasilitas kereta mewah, dan semakin mendekati skor maksimal yaitu 45 poin.
2. Untuk variabel kualitas pelayanan yang diberi tanda X2 skor minimalnya sebesar 29 poin dan skor maksimalnya adalah 55 poin. Nilai rata-rata yang ditemukan adalah 49,26. Semakin tinggi jumlahnya, maka semakin tinggi pula kepuasan penumpang terhadap kualitas pelayanan kereta mewah tersebut.
3. Variabel kepuasan penumpang bertanda Y mencapai skor minimal 27 poin dan skor maksimal 55 poin. Skor rata-rata sebesar 48,29 poin menunjukkan kepuasan penumpang terhadap kualitas pelayanan dan fasilitas kereta mewah.

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas Dengan *Kolmogorov-Smirnov*

<i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>		
	<b>N</b>	<b>Unstandardized Residual</b>
	100	
NormalParameters <sup>a,b</sup>	Mean	0.0000000
	Std. Deviation	3.40321827
Most Extreme Differences	Absolute	0.199
	Positive	0.121
	Negative	-0.199
Test Statistic		0.199
Asymp. Sig. (2-tailed)		1.6658E-10

Untuk menguji apakah data sesuai dengan distribusi normal, peneliti menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov. Kriteria yang diperlukan disini adalah nilai signifikansi tabel Kolmogorov-Smirnov harus lebih besar dari 0,05. Terlihat pada tabel di atas nilai signifikansi sebesar 1,665 lebih besar dari 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa data memenuhi kriteria nilai signifikansi berdistribusi normal. Karena datanya berdistribusi normal, maka dengan uji normalitas yang dilakukan di atas, data penelitian ini dapat dianalisis lebih lanjut dengan menggunakan regresi linier berganda.

### Hasil Uji Multikolinearitas

Tujuan pengujian ini adalah untuk mengetahui apakah hasilnya konsisten atau linier antar variabel independen yang tidak bersifat destruktif. Salah satu cara untuk menghilangkan multikolinearitas adalah dengan menghitung nilai faktor toleransi atau faktor inflasi varians. Multikolinearitas bila toleransi <0,1 dan VIF >10. Berikut hasil uji multikolinearitas menggunakan statistik VIF:

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

<i>Collinearity Statistics</i>			
	<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>	<i>Keterangan</i>
<b>X1</b>	0.232	4.307	Tidak terjadi multikolinearitas
<b>X2</b>	0.232	4.307	Tidak terjadi multikolinearitas

Melihat tabel tersebut terlihat bahwa variabel fasilitas (X1) dan variabel kualitas pelayanan (X2) sama-sama mempunyai angka yang disebut VIF. Nilai VIF kedua variabel sebesar 4,307, dimana jika nilai VIF kurang dari 10 berarti tidak ada masalah untuk memiliki informasi serupa pada data. Jadi, dalam hal ini data tidak mempunyai masalah dengan informasi serupa karena nilai VIF X1 dan X2 sama-sama kurang dari 10.

### Hasil Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas

<i>Coefficients<sup>a</sup></i>			
<b>Model</b>		<b>t</b>	<b>Sig.</b>
1	<b>(Constant)</b>	0.895	0.373
	<b>X1</b>	0.246	0.806
	<b>X2</b>	-0.146	0.884

Berdasarkan tabel tersebut terlihat bahwa angka bagi variabel X1 dan X2 adalah sebesar 0,806 dan 0,884. Menurut Riyanto dan Hatmawan (2020), jika angkanya lebih besar dari 0,05 berarti tidak ada masalah heteroskedastisitas. Jadi, berdasarkan angka yang diperoleh, peneliti dapat menyimpulkan bahwa tidak ada masalah heteroskedastisitas pada variabel-variabel tersebut.

### Uji Hipotesis

#### Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 5. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

<b>Hasil Analisis Regresi Linear Berganda</b>			
<b>Model</b>	<b>Koefisien</b>	<b>Sig.</b>	<b>Keterangan</b>
<b>Kostanta</b>	2.920	0.536	
<b>X1</b>	0.148	0.112	Signifikan
<b>X2</b>	0.113	0.115	Signifikan

Dalam penelitian ini, peneliti melihat beberapa data dan menggunakan persamaan matematika khusus untuk mengetahui bagaimana dua hal, fasilitas dan kualitas pelayanan, mempengaruhi sesuatu yang disebut Y (kepuasan penumpang). Persamaan regresi di atas memiliki informasi sebagai berikut:

1. Dengan angka 2920 menunjukkan bahwa fasilitas dan kualitas pelayanan masing-masing bernilai 2,9%.
2. Koefisien korelasi X1 sebesar 0,148 yang menyatakan bahwa X1 berdampak signifikan terhadap Y. Nilai signifikansi variabel X1 sebesar 0,112 lebih besar dari 0,05 yang menunjukkan bahwa X1 berpengaruh positif signifikan terhadap Y.
3. Koefisien kualitas pelayanan X2 sebesar 0,113 yang menunjukkan bahwa X2 berpengaruh signifikan terhadap Y. Signifikansi variabel mendapatkan nilai 0,115 atau lebih besar dari 0,05 menunjukkan bahwa X2 berpengaruh positif signifikan terhadap Y.

## Uji T

Tabel 6. Hasil Uji T

Hasil Uji t					
Model	Koefisien	Sig.	t	Keterangan	Kesimpulan
<b>Kostanta</b>	2.920	0.536	0.622		
<b>X1</b>	0.148	0.112	1.602	Signifikan	<b>Hipotesis diterima</b>
<b>X2</b>	0.113	0.115	6.625	Signifikan	<b>Hipotesis diterima</b>

Berdasarkan hasil dari uji t untuk menguji hipotesis, diperoleh hasil bahwa:

1. Hasil dari variabel X1 memiliki nilai t 1,602 yang lebih besar dari 0,05 dengan nilai signifikansi sebesar 0,112 yang juga lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa Ha1 dapat diterima karena memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Y, sehingga Ho1 ditolak.
2. Variabel X2 yang memiliki nilai t 1,602 yang lebih besar dari 0,05. Memiliki nilai signifikansi sejumlah 0,115 yang juga lebih besar dari 0,05. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa Ho2 tidak dapat diterima, Ha2 dapat diterima karena berpengaruh positif signifikan terhadap Y.

## Uji F

Tabel 7. Hasil Uji F

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of squares	df	Mean square	f	Sig.
1	Regression	3311.982	2	1655.991	140.093	0.000 <sup>b</sup>
	Residual	1146.608	97	11.821		
	Total	4458.590	99			



Dari tabel diatas, hasil statistik digunakan untuk mengevaluasi signifikansi hubungan variabel X1 dan X2 melalui  $f_{hitung}$  yang dimana variabel Y dihitung dengan nilai F sebesar 140,093. Kemudian dibandingkan dengan  $f_{hitung}$  dan f tabel, dengan menghitung derajat kebebasan (df) 1 dan 2. Dibawah ini adalah contoh cara menghitung derajat kebebasan 1 dan 2, dan hasil hitungan menggunakan rumus derajat kebebasan:

df1 = jumlah variabel - 1

2 = 3 - 1

= 2

df2 = jumlah sampel – jumlah variabel independen – 1

97 = 100 – 2 – 1

= 97

Perhitungan tersebut diperoleh nilai f tabel sebesar 3,09 yang berarti  $f_{hitung}$  memiliki nilai yang lebih besar dibanding dengan nilai f tabel. Dari hasil f tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak karena korelasi antara variabel X1 dan X2 serta variabel Y signifikan karena hasil statistik lebih tinggi daripada f tabel.

Adapun peneliti menggunakan R square untuk dapat menunjukkan bahwa variabel X1 dan X2 tersebut beraksi secara simultan.

Tabel 8. *Adjusted R Square Uji F*

<i>Model Summary<sup>b</sup></i>					
<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R square</i>	<i>Adjusted R square</i>	<i>Std. error of the estimate</i>	<i>Durbin watson</i>
1	0.862 <sup>a</sup>	0.743	0.738	3.438	1.884

Pada tabel di atas *Adjusted R Square* menyajikan bahwa variabel X1 dan X2 berpengaruh secara simultan terhadap Y. Peneliti dapat menyimpulkan bahwa  $H_o3$  ditolak dan  $H_a3$  dapat diterima, karena nilai di tabel menunjukkan bahwa ada sebanyak 73,8% kontribusi yang diberikan dari variabel X1 dan X2, dan sebesar 26,2% didapatkan dari dampak variabel lain yang tidak ditemukan dalam penelitian ini.

## DISCUSSION

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan penumpang kereta api *luxury*. Jika dipandang dari sudut pandang perusahaan, kepuasan penumpang kereta api merupakan topik yang sering dibicarakan, terutama bagi pelanggan yang akan menggunakan layanan

kereta api ini. Kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, di antaranya yang diuji oleh peneliti adalah dari aspek fasilitas dan kualitas pelayanan.

Penelitian ini fokus pada kereta api *luxury* yang baru ini diluncurkan dan memiliki jam operasional yang terbatas dibandingkan dengan kereta api penumpang reguler, serta dapat digunakan di seluruh stasiun sebagai objek utama. Kepuasan terhadap layanan ini tentu saja menjadi sebuah bahan perdebatan. Sejak diperkenalkan kereta *luxury* pada tahun 2018 (kereta *sleeper*), dan yang kedua pada tahun 2019 (kereta *luxury 2*), muncul pertanyaan, yaitu apakah kedua jenis kereta tersebut telah memenuhi standar fasilitas kereta api *luxury* (mewah) dengan layanan yang berkualitas tinggi.

Di masa mendatang, tidak menutup kemungkinan bahwa kepuasan penumpang akan meningkatkan citra perusahaan. Hal ini dikarenakan kepuasan penumpang dapat membentuk opini publik terhadap perusahaan transportasi umum, yang berdampak besar pada perusahaan jasa transportasi dan merek seperti PT Kereta Api Indonesia (Persero). Pada era masa kini, dengan layanan angkutan umum yang tumbuh pesat dan meningkatnya kebutuhan manusia terhadap kenyamanan dan kemudahan dalam perjalanan, baik dalam kota maupun antar kota, hal ini berdampak pada semakin intensifnya persaingan di bidang transportasi.

Oleh karena itu, perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang yang sama perlu menghadirkan inovasi serta perkembangan terkini dalam layanan transportasi yang bertujuan untuk menarik minat lebih banyak pengguna transportasi baru maupun yang sudah lama. Sutrina (dalam Inovasi dan Teknologi Pembelajaran, 2018) menyatakan bahwa inovasi merupakan arti dari ide pada hal-hal praktis, metode, cara, serta produk buatan manusia yang dianggap sebagai sesuatu yang baru oleh individu atau kelompok masyarakat. Inovasi juga merupakan ide atau temuan yang dikembangkan dan digunakan untuk kepentingan. Inovasi kemudian dapat menjadi salah satu strategi perusahaan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kapferer (2014) menyatakan bahwa kemewahan tidak lagi terbatas pada kuantitas dan kepemilikan. Tetapi hal ini juga mencakup kualitas serta pengalaman, di mana konsumen mengkonsumsi kemewahan sebagai cara untuk mencerminkan budaya, gaya hidup, serta preferensi pribadi. Oleh karena itu, pengalaman kemewahan yang unik melalui layanan transportasi ini dianggap bernilai daripada hal lain, karena perbedaan kebiasaan hidup para pengguna. Teori *Service Excellence* yang terdapat pada buku "*Customer Care Excellence: Meningkatkan Kinerja Perusahaan Melalui Pelayanan Prima*," Rangkuti (2017), merujuk pada pelayanan yang diberikan secara baik dan ekstra unggul yang merupakan salah satu faktor kunci dalam mencapai keberhasilan suatu perusahaan. Oleh karena itu, pelayanan prima ini dapat diterapkan secara konsisten dalam keadaan apapun karena hal ini bertujuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan untuk mencapai standar kualitas yang ideal.

Merujuk pada Teori *Service Excellence* pada bab sebelumnya, Tjiptono dan Chandra (dalam *Service, Quality, & Satisfaction*, 2016, p. 59) bahwa kualitas pelayanan yang diinginkan adalah untuk memenuhi segala kebutuhan konsumen. Hal ini merupakan hal yang krusial, terlebih lagi dalam layanan transportasi penumpang pada kereta api *luxury* yang melibatkan unsur-unsur *tangible*, empati, respon layanan cepat, keandalan layanan, dan kepastian perjalanan. Oleh karena itu, atribut-atribut indikator menjadi hal penting untuk menjadi perhatian.

1. Memberikan pelayanan bagi para penumpang dengan tepat, baik dalam waktu tunggu maupun waktu proses.
2. Memberikan layanan yang tepat tanpa kesalahan.
3. Melayani dengan sopan dan selalu ramah kepada konsumen.
4. Memberikan pelayanan bagi penumpang oleh staf yang berada di sekitar stasiun, seperti mesin cetak tiket.
5. Melayani dengan perasaan nyaman, yang terkait erat dengan faktor-faktor lokasi area pelayanan, fasilitas parkir, dan ketersediaan data.
6. Menyediakan fasilitas yang mendukung, seperti kebersihan, ruang tunggu ber-AC, toilet, dan lain-lain.

Poin-poin di atas dibuktikan oleh Kotler dan Armstrong (dalam *Principle of Marketing 15th Ed*, 2014, p. 35) yang mana mereka menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan memiliki keterkaitan dengan kinerja produk dan harapan pembeli. Apabila hasilnya kurang memenuhi harapan, maka pelanggan menjadi tidak puas. Sebaliknya, bila kinerja sesuai atau memenuhi harapan, maka mereka akan merasa puas. Dengan demikian, fasilitas memiliki korelasi terhadap tingkat kepuasan. Hal ini dapat terlihat dari Teori *Service Excellence* yang dikemukakan oleh Indrasari (2019), dengan indikator sebagai berikut:

1. Kesesuaian harapan yang dapat diukur melalui tingkat kesesuaian atau perbedaan antara harapan dan kinerja perusahaan.
2. Mengajak pelanggan untuk melakukan kunjungan ulang, yang dapat dilihat dari keinginan mereka untuk kembali menggunakan jasa atau produk perusahaan.
3. Memberikan rekomendasi dengan menanyakan pelanggan apakah bersedia untuk merekomendasikan produk atau layanan perusahaan kepada teman, keluarga, dan lain-lain.

Dari keseluruhan poin yang sudah dijabarkan, dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang ada telah terjawab, sebagaimana yang terlihat pada tabel yang menunjukkan kontribusi variabel X1 dan X2 sebesar 73,8% dan pengaruh variabel lain sebesar 26,2%, yang tidak ditemukan pada penelitian ini.

## CONCLUSION

Berdasarkan analisis dan pembahasan, dengan demikian, kesimpulan yang dapat diambil dari pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan penumpang kereta api *luxury* adalah sebagai berikut:

1. Fasilitas memiliki skor 71,8% yang menandakan bahwa penumpang memiliki kepuasan. Variabel ini juga memiliki hasil X1 yang mempunyai nilai t sebesar  $1,602 > 0,05$  dengan signifikansi  $0,112 > 0,005$ . Temuan ini menunjukkan bahwa X1 berpengaruh positif signifikan terhadap Y, yang berarti semakin baik fasilitas yang diberikan, semakin tinggi tingkat kepuasan penumpang.
2. Kualitas penumpang memiliki skor 94,8% yang menandakan bahwa penumpang memiliki kepuasan yang sangat tinggi. Variabel ini, khususnya X2 mempunyai nilai t sebesar  $6,625 > 0,05$  dengan signifikansi  $0,115 > 0,05$ . Temuan ini menunjukkan bahwa X2 memiliki pengaruh positif terhadap signifikan Y, yang berarti semakin baik kualitas pelayanan, semakin tinggi tingkat kepuasan penumpang.
3. Hasil dari dua variabel independen, yakni Fasilitas (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen, yaitu Kepuasan Penumpang (Y) dengan skor 73,8% dan pengaruh variabel lain sebesar 26,2%, yang tidak teridentifikasi dalam penelitian ini. Pengukuran dari interval skala likert menunjukkan skor 92,9% untuk variabel Kepuasan Penumpang yang menunjukkan bahwa penumpang merasa sangat puas.

## REFERENCES

- Antara News. (2018, Juni 12). *Kereta "sleeper" terisi penuh di arus mudik*. Retrieved from [www.antaraneews.com: https://www.antaraneews.com/berita/718183/kereta-sleeper-terisi-penuh-di-arus-mudik](https://www.antaraneews.com/berita/718183/kereta-sleeper-terisi-penuh-di-arus-mudik)
- Ardianto, E. (2016). *Metodologi Penelitian Untuk Public Relation Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Aziz, N., & Hendrastyo, V. S. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan Dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada Bank Syariah Cabang Ulak Karang Kota Padang. *Jurnal Pundi*, 3(3), 227. <https://doi.org/10.31575/jp.v3i3.183>
- Chikazhe, L., Makanyeza, C., & Chigunhah, B. (2021). Understanding mediators and moderators of the effect of customer satisfaction on loyalty. *Cogent Business & Management*(8(1)), 1-19.
- Cohen, L., Manion, L., & Morrison, K. (2018). *Research Methods in Education 8th Edition*. New York: Routledge.
- Costa, M. (2014). Choosing The Right Assesment Method Pre-Test/Post-Test Evaluation. Retrieved Oktober 21, 2022

- Darwin, M., Sormin, M. R., Nurhayati, Y., Sylvia, H. T., Adnyana, M. D., Vianitati, B. P., & Gebang, A. A. (2021). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Endang, & Cholida, L. N. (2017). Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Penumpang di Terminal Rajekwesi Bojonegoro. *Jurnal Teknika*.
- Endang, & Sugiyanto. (2019). Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Gudang Komoditi Sistem Resi Gudang Kabupaten Bojonegoro. *Jurnal penelitian Ilmu Manajemen (JPIM)*(4 (3)), 1031-1042.
- Erlina, F., & Yossy, D. (2022). Hubungan Komunikasi Interpersonal Dengan Perilaku Asertif Pada Mahasiswa Universitas Teknologi Sumbawa. 31.
- Fikri, W. A., Fhazrel, F. P., & Fahmi, R. A. (2018). Analisis Kepuasan Pelanggan PT. Kereta Api Indonesia. *Working Paper Keuangan Publik Islam*, 1. Retrieved Oktober 21, 2022
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis*. Harlow, England: Pearson Education Limited.
- Hutabarat, N. R. M. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Indihome Di PT. Telkom Medan Sumatera Utara (Studi Kasus Di Marelan). *Journal Stiayaappi Makassar*, 3.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Kapferer, J. N. (2014). The Future of Luxury: Challenges and Opportunities. *Journal of Brand Management*(21), 716–726. doi:10.1057/bm.2014.32
- Kapferer, J. N. (2015). *Kapferer On Luxury. How Luxury Brands Can Grow Yet Remain Rare*. London: Kogan Page.
- Kenyon, G. N., & Sen, K. C. (2015). *Perception Of Quality: Mapping Product and Service Quality to Consumer Perceptions*. London: Springer.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principle of Marketing 15th Edition*. New Jersey: Pearson.
- Nasution, S. M., & Nasution, A. E. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Faktor Emosional Biaya Dan Kemudahan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pengguna Aplikasi Jasa Gojek di Medan. *Proceding Seminar Nasional Kewirausahaan*.
- Nathalia, T. C., & Kristiana, Y. (2019). Pemahaman Konsep Hospitality Pada Pelaku Pariwisata di Kabupaten Berau. *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 10(1). <https://doi.org/10.31294/khi.v10i1.5625>
- Nawari. (2017). *Analisis Regresi Dengan MS Excel 2007 dan SPSS 17*. Jakarta: PT. Flex Media Komputindo .

- Perdana, E. (2016). *Olah Data Skripsi Dengan SPSS 22*. Bangka Belitung: Lab Kom Manajemen FE UBB.
- Pianda, D. (2018). *Kinerja Guru: Kompetensi Guru, Motivasi Kerja, Kepemimpinan Kepala Sekolah*. Sukabumi: CV Jejak.
- Prabowo, N., & Susanti, F. (2020). Analisis Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen PT. Kereta Api Indonesia. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi "KBP"*.
- Prastika, N. (2020). Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Di Stasiun Binjai. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IBMI*, 1-2.
- Pridana, H. . S., & Sinurasi, D. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Vol. 21, Issue 1).
- Prodi, S., Komuikasi, I., Komunikasi, F., & Telkom, U. (2018). *Komunikasi Interpersonal Komunitas Online Interpersonal Communication in Online Community* *www.rumahtaaruf.com*. 3(1), 51–66.
- PT Kereta Api Indonesia (Persero). (2018, Juni 12). *Peluncuran Kereta Sleeper pada KA Argo Bromo Anggrek di Stasiun Gambir*. Retrieved Oktober 14, 2022, from [www.kai.id: https://www.kai.id/information/full\\_news/1495-peluncuran-kereta-sleeper-pada-ka-argo-bromo-anggrek-di-stasiun-gambir](https://www.kai.id/information/full_news/1495-peluncuran-kereta-sleeper-pada-ka-argo-bromo-anggrek-di-stasiun-gambir)
- PT Kereta Api Indonesia (Persero). (2019, Mei 26). *KAI Luncurkan Kereta Sleeper Baru, Luxury 2*. Retrieved Oktober 18, 2022, from [www.kai.id: https://www.kai.id/information/full\\_news/2518-kai-luncurkan-kereta-sleeper-baru-luxury-2](https://www.kai.id/information/full_news/2518-kai-luncurkan-kereta-sleeper-baru-luxury-2)
- PT Kereta Api Indonesia (Persero). (2020). *About KAI*. Retrieved from [www.kai.id: https://www.kai.id/corporate/about\\_kai/](https://www.kai.id/corporate/about_kai/)
- PT Kereta Api Indonesia (Persero). (2021, November 4). *Tingkatkan Kualitas Layanan, KAI Raih Penghargaan Public Service Excellence Award 2021*. Retrieved Oktober 14, 2022, from [www.kai.id: https://www.kai.id/information/full\\_news/5155-tingkatkan-kualitas-layanan-kai-raih-penghargaan-public-service-excellence-award-2021](https://www.kai.id/information/full_news/5155-tingkatkan-kualitas-layanan-kai-raih-penghargaan-public-service-excellence-award-2021)
- PT Kereta Api Indonesia (Persero). (2022). *About KAI: Company Profile 2022*. Retrieved from [www.kai.id: https://www.kai.id/static/company-profile/company\\_profile\\_2022.pdf](https://www.kai.id/static/company-profile/company_profile_2022.pdf)
- Rangkuti, F. (2017). *Customer Care Excellence: Meningkatkan Kinerja Perusahaan Melalui Pelayanan Prima*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rahmadi. (2011). Pengantar Metodologi Penelitian. In *Antasari Press* (1st ed.). Antasari Press.
- Rahmat, P. S. (2009). Penelitian Kualitatif. In *Journal Equilibrium: Vol. 5 No. 9* (pp. 1–8). [yusuf.staff.ub.ac.id/files/2012/11/Jurnal-Penelitian-Kualitatif.pdf](http://yusuf.staff.ub.ac.id/files/2012/11/Jurnal-Penelitian-Kualitatif.pdf)

- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Yogyakarta: Deepublish.
- Restianty, A. (2018). Literasi Digital, Sebuah Tantangan Baru Dalam Literasi Media. *Gunahumas*, 1(1), 72–87. <https://doi.org/10.17509/ghm.v1i1.28380>
- Rustandi, A. A., Harniati, & Kusnadi, D. (2020). Jurnal Inovasi Penelitian. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(3), 599–597.
- Sanusi, A. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS, Edisi Pertama*. Jakarta: Kencana Prenamedia Group.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Alfabeta.
- Suprpto, H. H. (2014). *Pengangkutan Dengan Pesawat Udara*. Yogyakarta: Perpustakaan FH UII.
- Suryabrata, S. (2018). *Metodologi Penelitian* (28 ed.). Depok, Indonesia: PT Rajagrafindo Persada.
- Sutirna, H. (2018). *Inovasi dan Teknologi Pembelajaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Suyudi, D. (2018). *Mengenal Dua Kereta Mewah Kai Priority Dan Luxury*. Retrieved Oktober 14, 2022, from [www.tiketkai.com](http://www.tiketkai.com): <https://www.tiketkai.com/blog/mengenal-dua-kereta-mewah-kai-priority-dan-luxury/>
- Suyudi, D. (2019). *Mengenal Dua Kereta Mewah KAI, Priority dan Luxury*. Retrieved Oktober 18, 2022, from [tiketkai](http://www.tiketkai.com): <https://www.tiketkai.com/blog/mengenal-dua-kereta-mewah-kai-priority-dan-luxury/>
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Penelitian)*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Universitas Ahmad Dahlan. (2016, Oktober 22). *Pelayanan Prima Lewat Komunikasi: Universitas Ahmad Dahlan*. Retrieved from [uad.ac.id](http://uad.ac.id): <https://uad.ac.id/id/pelayanan-prima-lewat-komunikasi/>
- Wiarti, O. E. (2021). *Penerapan Sistem Akuntansi Pendapatan Jasa PT. Kereta Api Indonesia Pariwisata*. Retrieved from Repository STEI: <http://repository.stei.ac.id/7586/4/BAB%20III%20GAMBAR%20UMUM%20PERUSAHAAN.pdf>

- Wulandari, A. A. (2017). Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Transportasi Darat.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *What Are Services?* (Vol. 7th Edition). New York, Amerika Serikat: MC Graw Hil Education.
- Zufikar. (2016). *Pengantar Pasar Modal dengan pendekatan Statistika*. Yogyakarta: Deepublish.