

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Kegiatan Praktek

Tingkat kepentingan terhadap atribut layanan merupakan ukuran apakah keberadaaan dari atribut layanan tersebut sangat dibutuhkan. Atribut layanan yang keberadaanya sangat dibutuhkan dan sangat mempengaruhi kinerja pelayanan akan mendapatkan nilai kepentingan yang tinggi. Atribut pelayanan yang nilai kepentingannya tinggi harus mendapatkan perhatian serius dari pihak managemen karena atribut pelayanan ini akan dominan mempengaruhi tingkat kinerja. Kualitas layanan yang merupakan ukuran kinerja layanan dipersiapkan oleh pelanggan dengan kepuasan konsumen. Atribut layanan yang memiliki kualitas layanan bagusakan diukur oleh konsumen dengan tingkat kepuasan yang tinggi terhadap atribut layanan tersebut. Terpenuhinya harapan dari setiap atribut layanan menimbulkan kepuasan yang akan mengakibatkan meningkatnya loyalitas konsumen. Atribut pelayanan yang mendapat penilaian kinerja tinggi adalah atribut - atribut pelayanan dengan skor kepentingan tinggi. Sehingga ke depan pihak PT. Kereta Api Indonesia harus terus berbenah untuk meningkatkan kualitas pelayanannya terutama pada atribut pelayanan yang dinilai penting namun kinerjanya masih rendah.

Dari hasil penelitian ditemukan bahwa kualitas jasa berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, yang artinya semakin baik kualitas pelayanan semakin tinggi kepuasan konsumen.

4.2 Pembahasan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui kualitas jasa pada PT. Kereta Api Indonesia, apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan meliputi kehandalan, daya tanggap, dan bukti fisik secara sendiri maupun secara bersama. Berdasarkan hasil pengujian secara sendiri maupun secara bersama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Artinya semakin tinggi kualitas jasa yang diberikan, semakin tinggi kepuasan konsumen. Dalam hal ini kualitas jasa pada kereta api dirasa penting oleh konsumen, karena dengan kualitas baik yang

diberikan kepada konsumen akan memberikan kepuasan yang tinggi pada konsumen yang rela mengeluarkan harga tiket yang relative lebih mahal.