

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah dimensi dalam kualitas pelayanan yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT KAI (Persero) khususnya pengguna Kereta Api Prameks Jurusan Jogja- Solo dan menganalisis faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan PT KAI (Persero).

Populasi dalam penelitian ini adalah para penumpang Kereta Api Prameks Jurusan Jogja-Solo. Sampel yang diambil sebanyak 60 responden dengan menggunakan teknik *Convenience Sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sampel jika dipandang cocok.

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :
$$Y = 0,861X_1 + 0,864X_2 + 0,850 X_3 + 0,857 X_4 + 0,885X_5.$$
Berdasarkan analisis data statistik, indikator-indikator pada penelitian ini bersifat valid dan variabelnya bersifat reliabel. Pada pengujian regresi sederhana dari hasil out put uji Annova dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ maka terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan (X) dengan kepuasan pelanggan (Y). Dan dapat dikatakan model regresi linier sederhana dapat digunakan sebagai alat prediksi kepuasan pelanggan. Urutan secara individu dari masing-masing variabel yang paling berpengaruh adalah variabel *tangible* dengan koefisien regresi sebesar 0,885, lalu *responsiveness* dengan koefisien regresi sebesar 0,864, kemudian diikuti dengan *reliability* dengan koefisien regresi sebesar 0,861, dan *emphaty* dengan koefisien regresi sebesar 0,857 sedangkan variabel yang berpengaruh paling rendah adalah *assurance* dengan koefisien regresi sebesar 0,850. PT KAI (Persero) perlu mempertahankan elemen-elemen yang sudah dinilai baik oleh pelanggan serta perlu memperbaiki hal-hal yang masih kurang.

Kata-kata kunci: kualitas layanan, *tangible* (bukti fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *emphaty* (kepedulian), kepuasan konsumen.

ABSTRAK

This study aims to determine whether the dimensions of the quality of service that is *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, and *emphaty* effect on customer satisfaction PT KAI (Persero), particularly the Department of Railways Pramek Jogja- Solo and analyze the most dominant factor in influencing customer satisfaction PT KAI (Persero).

The population in this study is the passenger railway Prameks Department of Yogyakarta-Solo. Samples taken as many as 60 respondents using techniques *Convinience Sampling* is sampling technique based on chance, is who happened to meet with the researchers can be sampled if deemed suitable.

Based on the research results, obtained the regression equation as follows:
 $Y = 0,861X_1 + 0,864X_2 + 0,850 X_3 + 0,857 X_4 + 0,885X_5$. Based on statistical data analysis, indicators in this study are valid and are reliable variables. In the simple regression testing of the output ANOVA test with a significant level $0,000 < 0,05$ then there is the influence of the quality of service (X) and customer satisfaction (Y). And can be said to be a simple linear regression model can be used as predictors of customer satisfaction. Individual sequences from each of the most influential variable is the variable *tangible* with a regression coefficient of 0.885, and *responsiveness* with a regression coefficient of 0.864, followed by *reliability* with a regression coefficient of 0.861, and *emphaty* with a regression coefficient of 0.857, while the lowest variable that is *assurance* with a regression coefficient of 0.850. PT KAI (Persero) needs to pay attention to the elements that have been assessed by customers as well as the need to fix the things that are lacking.

Key words: quality of service, tangible (physical evidence), reliability, responsiveness, assurance (guarantee), empathy (caring), consumer satisfaction.