

## **Analisis Mutu Layanan Terhadap Kepuasan Pengguna *Commuter Vending Machine* di Stasiun Bogor**

### ***Analysis of Service Quality Towards User Satisfaction of Commuter Vending Machines at Bogor Station***

**Audia Kalbila Ayu Nuh\***

Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, IPB University, Dramaga, Bogor 16680  
e-mail: kalbilaudia@gmail.com

**Musa Hubeis**

Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, IPB University, Dramaga, Bogor 16680  
e-mail: musa.hubeis@gmail.com

#### **ABSTRACT**

*Commuter line is the most commonly used transportation especially in Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang and Bekasi (Jabodetabek). This study aims to analyze service quality that affecting the Commuter Vending Machine (C-VIM) user's satisfaction in Bogor Station and to explain the most significant service quality that affecting C-VIM user's satisfaction. The primary data is earned by using questionnaires. The secondary data are in the form of literature and official publications of PT KAI Commuter Indonesia (PT KCI). The method to determine the respondent is done by using purposive sampling with sample of 100 respondents that had already used C-VIM. The result are then analyzed by multiple linear regression. The result showed that variables such as tangibles, responsiveness, reliability, empathy and assurance simultaneously affect C-VIM user's satisfaction. Partially responsiveness and reliability have significant and positive effect on C-VIM user's satisfaction. Hence, the increase of quality in responsiveness and reliability affect more significant towards C-VIM's user satisfaction compared to the increase of quality in tangibles, empathy and assurance.*

**Keywords:** *C-VIM, service quality, user's satisfaction*

#### **ABSTRAK**

*Commuter line merupakan sarana transportasi darat yang sering digunakan khususnya di kawasan Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang dan Bekasi (Jabodetabek). Penelitian ini bertujuan menganalisis mutu layanan yang memengaruhi kepuasan pengguna *Commuter Vending Machine* (C-VIM) di Stasiun Bogor dan menjelaskan mutu layanan yang paling nyata yang memengaruhi kepuasan pengguna C-VIM. Data primer didapatkan dengan menggunakan kuesioner. Data sekunder berupa studi literatur dan publikasi resmi PT KAI Commuter Indonesia (PT KCI). Metode penentuan responden dilakukan dengan teknik *purposive sampling* dengan contoh 100 responden yang pernah menggunakan C-VIM. Data tersebut dianalisis dengan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan peubah *tangibles, responsiveness, reliability, empathy* dan *assurance* secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna C-VIM. Secara parsial peubah *responsiveness* dan *reliability* memiliki pengaruh nyata dan positif terhadap kepuasan pengguna C-VIM. Hal ini dapat diartikan bahwa peningkatan mutu pada *responsiveness* dan *reliability* lebih berpengaruh nyata terhadap kepuasan pengguna C-VIM dibandingkan peningkatan mutu pada *tangibles, empathy* dan *assurance*.*

**Kata kunci:** *C-VIM, kepuasan pengguna, mutu layanan*

**\*Corresponding author**

## PENDAHULUAN

Transportasi merupakan unsur yang penting berfungsi sebagai urat nadi kehidupan dan perkembangan ekonomi, sosial, politik dan mobilitas penduduk. Transportasi tumbuh bersamaan dan mengikuti perkembangan yang terjadi dalam berbagai bidang dan sektor (Kadir, 2016). Peran dan pentingnya transportasi berkaitan dengan kemudahan mobilisasi dan ketersediaan barang. Adanya transportasi akan ada stabilitas harga. Selain itu, transportasi juga dapat memungkinkan terjadinya penyebaran pekerja. Dalam hal ini, *commuter line* merupakan sarana transportasi darat yang sering digunakan oleh masyarakat, khususnya di kawasan Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang dan Bekasi (Jabodetabek) untuk berpergian antar kota baik untuk pergi bekerja, sekolah dan kursus. Penjelasan lebih lanjut dimuat pada Tabel 1.

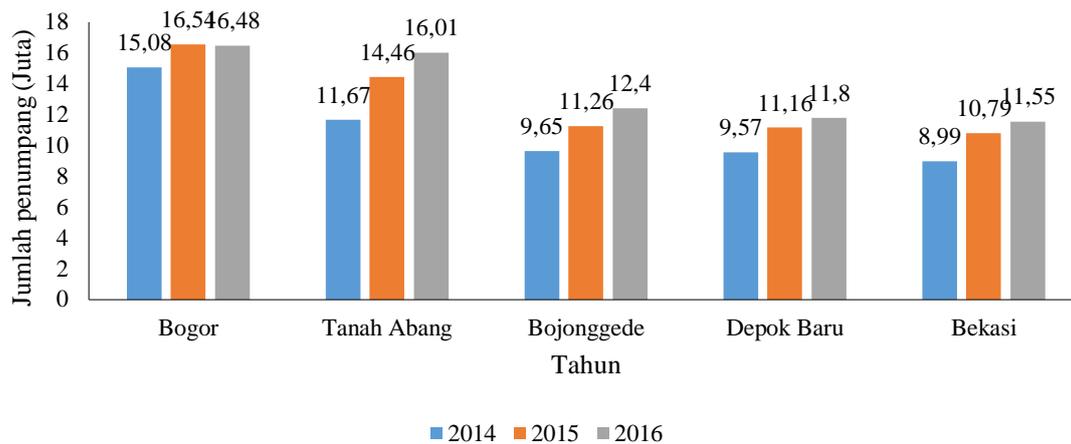
Tabel 1. Komuter Jabodetabek menurut kelompok umur dan kegiatan utama penumpang

Kelompok umur (tahun)	Kegiatan Utama Penumpang (orang)			Jumlah (orang)
	Bekerja	Sekolah	Kursus	
5-14	1.760	202.920	2.923	207.603
15-24	486.166	417.939	1.356	905.461
25-34	854.839	21.630		876.469
35-44	845.450	9.952		855.402
45-54	561.904	1.029		562.933
>55	157.813	497		158.310
Jumlah	2.907.932	653.967	4.279	3.566.178

Sumber: BPS (2014)

Pada 2019, PT Kereta Api Commuter Indonesia (PT KCI) menargetkan untuk melayani 1,2 juta pengguna. Seiring dengan meningkatnya volume pengguna *commuter line*, PT KCI selalu melakukan inovasi untuk meningkatkan mutu layanan pada pengguna, karena mutu layanan sangat krusial dalam mempertahankan pelanggan dalam waktu yang lama (Aryani dan Rosinta, 2010). Oleh karena itu, mulai 27 Desember 2015 *Commuter Vending Machine* (C-VIM) mulai dioperasikan oleh PT KCI untuk meningkatkan layanan. C-VIM ini dilengkapi fitur layanan isi ulang Kartu Multi Trip (KMT), layanan pembelian Tiket Harian Berjaminan (THB), layanan isi ulang THB dan *refund* THB. Stasiun Bogor merupakan salah satu stasiun yang telah mengoperasikan C-VIM. *Vending machine* (VM) adalah suatu mesin penjual otomatis, yang bisa mendistribusikan barang kepada pembeli secara otomatis (Alifuddin, 2014). VM merupakan sebuah mesin yang dapat digunakan secara langsung untuk melayani konsumen dan untuk mengurangi pemakaian tenaga kerja (Ramadhani, 2017), diantaranya berfungsi menjual produk secara otomatis, yaitu konsumen memasukan koin, uang kertas atau kupon lalu jika nominal yang dimasukan sudah mencukupi, maka mesin akan mengeluarkan produk yang dipilih. Saat ini VM berkembang menjadi sebuah alat praktis dan mudah digunakan.

Pada tahun 2014 hingga 2016, Stasiun Bogor memiliki volume penumpang *commuter line* paling tinggi dibandingkan dengan empat stasiun lain yang juga memiliki volume penumpang tinggi di Jabodetabek, stasiun tersebut adalah Stasiun Tanah Abang, Bojonggede, Depok Baru dan Bekasi. Oleh karena itu, penting bagi PT KCI di Stasiun Bogor untuk memperhatikan kepuasan penggunaannya. Menurut Kotler yang dikutip Tjiptono (1996:146), kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya. Penjelasan lebih lanjut dimuat pada Gambar 1.



Gambar 1. Volume penumpang *commuter line* Jabodetabek tahun 2014-2016  
Sumber: PT KCI 2017

Penggunaan C-VIM diharapkan dapat mempermudah kegiatan transaksi pengguna. Penerapan teknologi tidak hanya pada sektor bisnis, tetapi pada sektor publik yang khususnya dalam memberikan layanan kepada masyarakat (Rahadi, 2007). Namun, di Stasiun Bogor masih ditemukan adanya kendala saat menggunakan C-VIM seperti mesin yang tidak dapat menerima jenis uang tertentu sehingga memperlambat transaksi dan jumlah petugas yang kurang pada jam sibuk sehingga berpengaruh terhadap kecepatan petugas dalam melayani kebutuhan pengguna yang akhirnya dapat menimbulkan antrian pada C-VIM.

Perusahaan jasa harus berfokus pada kepuasan konsumen yang dalam hal ini adalah pengguna *commuter line* yang menggunakan C-VIM. Mengapa demikian? Kepuasan konsumen merupakan faktor penting yang mempengaruhi loyalitas pelanggan (Hult *et al.*, 2019; Haryono & Octavia, 2014). Dimana loyalitas pelanggan ini telah terbukti mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan (Eklof *et al.*, 2018). Kepuasan pelanggan dalam hal ini adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya (Kotler dalam Tjiptono, 1996:146). Kepuasan pelanggan merupakan fungsi perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan (Srinandi, 2008). Untuk itu, pengidentifikasian faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pengguna harus diteliti lebih lanjut, agar kepuasan dapat terus terjaga dan meningkat.

Seluruh loket manual di Stasiun Bogor akan digantikan oleh C-VIM. Strategi ini, yang sedianya adalah untuk memudahkan transaksi pengguna, membutuhkan klarifikasi melalui penelitian mengenai mutu layanan ini dan pengaruhnya pada kepuasan penggunanya. Penelitian terdahulu telah ada yang membuktikan bahwa mutu layanan pada fasilitas dan petugas C-VIM berpengaruh nyata dan positif terhadap kepuasan konsumen PT KCJ di Stasiun Pondok Cina (Ardi *et al.*, 2016). Namun, investigasi serupa belum pernah dilakukan untuk pengguna di Stasiun Bogor. Oleh karena itu, penelitian ini dilaksanakan untuk (1) menganalisis mutu layanan yang memengaruhi kepuasan pengguna C-VIM di Stasiun Bogor, dan (2) mengusulkan rekomendasi untuk meningkatkan kepuasan pengguna C-VIM di Stasiun Bogor.

Mutu jasa berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan karena memberikan dorongan bagi para pelanggan untuk memiliki hubungan saling menguntungkan dengan perusahaan. Menyediakan mutu jasa yang tinggi adalah hal yang penting agar perusahaan dapat bertahan dan menghasilkan laba (Sokachael & Moghaddam, 2014). Perusahaan yang bergerak pada sektor publik harus menjamin bahwa mutu layanan mereka berdasarkan kebutuhan para pemangku kepentingan yaitu pelanggan (Wisniewski, 2001). Menurut Parasuraman *et al.* yang dikutip Tjiptono (2016) terdapat lima dimensi utama mutu jasa yang disusun sesuai urutan tingkat kepentingan relatifnya sebagai berikut:

1. *Realibility*, berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat dan menyampaikan jasa sesuai waktu yang disepakati.

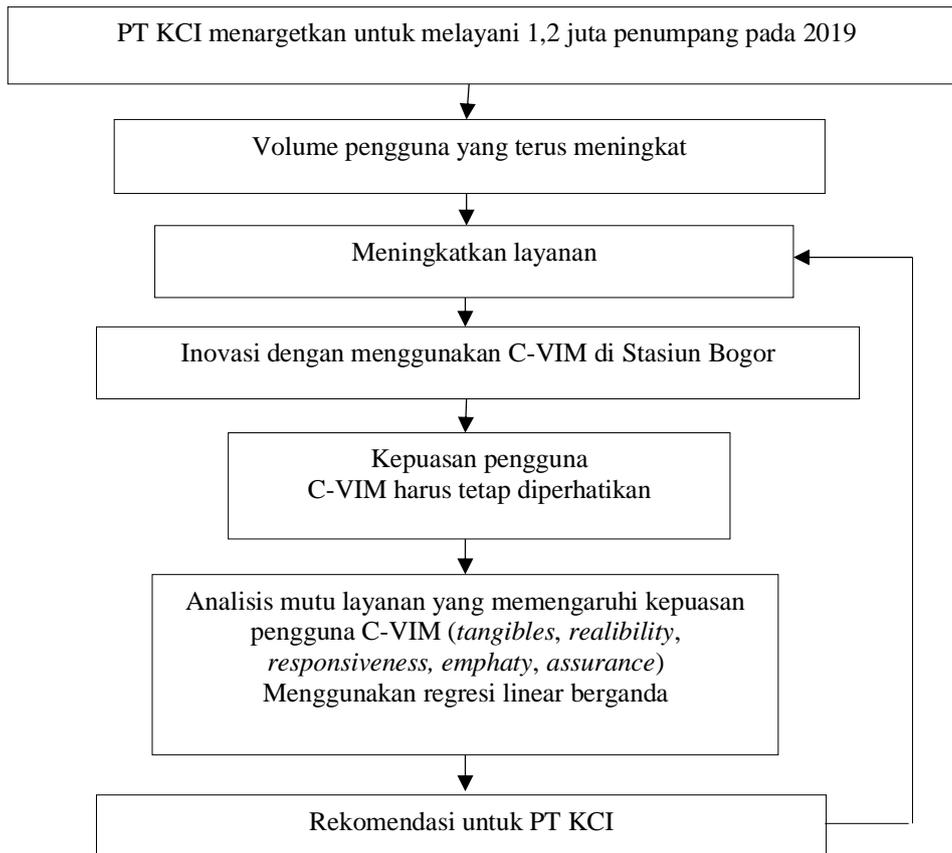
2. *Responsiveness*, berkaitan dengan kemampuan karyawan untuk membantu pelanggan, merespon, serta memberikan jasa secara cepat.
3. *Assurance*, berkaitan dengan perilaku karyawan yang mampu menumbuhkan kepercayaan dan rasa aman pada pelanggan. Assurance juga berarti bahwa karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah pelanggan.
4. *Empathy*, berarti perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan.
5. *Tangibles*, berkaitan dengan fasilitas fisik, perlengkapan, material yang digunakan perusahaan, dan penampilan karyawan.

Yuliarmi dan Riyasa (2007) menemukan bahwa kelima dimensi tersebut secara simultan, yaitu faktor keandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), keyakinan (*assurance*), empati (*emphaty*), dan berwujud (*tangible*) berpengaruh nyata terhadap kepuasan pelanggan PDAM Kota Denpasar. Secara parsial faktor ketanggapan (*responsiveness*), keyakinan (*assurance*), faktor (*emphaty*), dan berwujud (*tangibles*) berpengaruh nyata dan positif terhadap kepuasan pelanggan PDAM Kota Denpasar, sedangkan faktor keandalan (*reliability*) dalam model ini tidak berpengaruh nyata dan positif terhadap kepuasan pelanggan PDAM Kota Denpasar. Aryani dan Rosinta (2010) menyatakan bahwa kelima dimensi pembentuk mutu layanan terbukti berpengaruh secara nyata terhadap mutu layanan. Dimensi terkuat dalam menjelaskan mutu layanan berturut-turut adalah *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibility*. Selain itu, hasil penelitian ini menunjukkan pengaruh kuat dan positif antara peubah mutu layanan terhadap kepuasan pelanggan. Pengaruh yang kuat dari mutu layanan terhadap kepuasan pelanggan juga dibuktikan oleh penelitian-penelitian lain seperti Hardiyati (2010), Nova (2010), dan juga Samosir (2005). Oleh karena itu, hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H1: *Tangibles*, *responsiveness*, *realibility*, *emphaty*, *assurance* berpengaruh terhadap kepuasan pengguna C-VIM.

## METODE PENELITIAN

Responden dalam penelitian ini adalah penumpang *commuter line* yang pernah menggunakan C-VIM di Stasiun Bogor. Data yang digunakan pada penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari kuesioner yang diisi oleh responden yang merupakan pengguna *commuter line* yang membeli tiket menggunakan C-VIM di Stasiun Bogor, sedangkan data sekunder diperoleh literatur, buku yang masih relevan, maupun data yang sudah ada di PT KCI Stasiun Bogor. Metode penarikan contoh yang digunakan adalah metode *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Berdasarkan hasil perhitungan rumus Slovin, diperoleh jumlah contoh sebanyak 100. Kerangka pemikiran penelitian ini dijelaskan pada Gambar 2.



Gambar 2. Kerangka pemikiran

Metode pengolahan data dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan regresi linear berganda. Analisis deskriptif memberikan gambaran tentang data yang dimiliki. Regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui hubungan antara satu peubah dependen dengan lebih dari satu peubah independen (Nazir, 2014). Menurut Parasuraman *et al.* yang dikutip Tjiptono (2016) terdapat lima dimensi utama mutu jasa yaitu *realibility*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty* dan *tangibles*. Dalam penelitian ini peubah dependen adalah kepuasan pengguna C-VIM (Y), sedangkan peubah independen terdiri dari *tangibles* (X<sub>1</sub>), *responsiveness* (X<sub>2</sub>), *realibility* (X<sub>3</sub>), *emphaty* (X<sub>4</sub>) dan *assurance* (X<sub>5</sub>). Persamaan linear pada penelitian ini adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \dots + b_nX_n + e$$

Keterangan :

- Y : Kepuasan pengguna C-VIM
- X<sub>1</sub> : *Tangibles*
- X<sub>2</sub> : *Responsiveness*
- X<sub>3</sub> : *Realibility*
- X<sub>4</sub> : *Emphaty*
- X<sub>5</sub> : *Assurance*

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Gambaran Umum PT Kereta Api Commuter Indonesia

PT KAI Commuter Jabodetabek (PT KCJ) sejak tanggal 19 September 2017 telah berganti nama menjadi PT Kereta Commuter Indonesia (PT KCI). PT KCI adalah salah satu anak perusahaan di lingkungan PT Kereta Api Indonesia (Persero) yang mengelola KA *Commuter* Jabodetabek dan sekitarnya. Pembentukan anak perusahaan ini berawal dari keinginan para

pemegang kepentingan untuk lebih fokus dalam memberikan layanan yang berkualitas dan menjadi bagian dari solusi permasalahan transportasi perkotaan yang semakin kompleks. Para pemegang kepentingan yang berkaitan langsung dengan PT KCI adalah para pengguna, regulator (perusahaan induk) dan kementerian perhubungan. PT KCI menargetkan 1,2 juta penumpang setiap harinya pada 2019, untuk mencapai target tersebut, perbaikan layanan terus dilakukan.

### Karakteristik Responden

Karakteristik responden penelitian didapatkan dari kuesioner yang digunakan kepada 100 responden. Karakteristik responden dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel. 2 Karakteristik responden

Kategori	Karakteristik	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Perempuan	68
	Laki-laki	32
Usia (tahun)	16-20	28
	21-25	57
	26-30	5
	31-35	8
	41-45	2
	Pendidikan Terakhir	SMA
Pekerjaan	Diploma	12
	S1	21
	S2	1
	Mahasiswa	66
Frekuensi menggunakan <i>commuter line</i> (per minggu)	Wiraswasta	14
	Lainnya	20
	< 5 kali	71
	> 5 kali	29

Sumber: data diolah (2018)

Tabel 2 menunjukkan bahwa responden didominasi oleh 68 persen wanita, 57 persen responden berusia 21-25 tahun, pendidikan terakhir responden mayoritas 68 persen SMA, pekerjaan responden 65 persen terdiri dari mahasiswa dan 71 persen responden menggunakan *commuter line* kurang dari lima kali dalam seminggu. Data karakteristik responden kemudian dapat digunakan sebagai masukan bagi PT KCI untuk menyusun strategi dalam peningkatan mutu layanan, karena kepuasan antar pengguna dapat berbeda berdasarkan faktor umur, pekerjaan, jenis kelamin dan pendidikan. Maka, dengan mengetahui keadaan pengguna, PT KCI dapat memberikan layanan yang memenuhi kebutuhan pengguna sehingga berimplikasi pada kepuasan pengguna.

### Hasil Uji Validitas dan Realibilitas

#### Hasil Uji Validitas

Pada penelitian ini,  $r$  tabel untuk  $n=50$  adalah 0,2787. Hasil uji validitas menunjukkan 60 item pertanyaan yang digunakan dalam penelitian memiliki nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, maka semua item pertanyaan dinyatakan valid.

#### Hasil Uji Realibilitas

Hasil uji realibilitas menunjukkan bahwa 60 pertanyaan yang digunakan dalam penelitian ini memiliki nilai *Cronbach's Alpha*  $>$  0,6, maka semua pertanyaan dinyatakan reliabel. Dengan demikian seluruh item dapat digunakan untuk pembahasan selanjutnya.

### Hasil Uji Asumsi

#### Hasil Uji Multikolinearitas

Model regresi linear yang baik adalah yang terbebas dari multikolinearitas (Priyatno, 2013). Model regresi dinyatakan terbebas dari multikolinearitas bila nilai VIF tiap variabelnya kurang dari 10 dan nilai toleran lebih dari 0,1. Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil uji multikolinearitas

<i>Collinearity Statistics Model</i>	<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>
<i>Tangibles</i>	0,531	1,883
<i>Responsiveness</i>	0,354	2,829
<i>Realibility</i>	0,561	1,781
<i>Emphaty</i>	0,234	4,272
<i>Assurance</i>	0,254	3,940

Sumber: data diolah (2018)

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas pada Tabel 3, terlihat bahwa model regresi bebas dari multikolinearitas. Artinya tidak ada hubungan linear antara peubah independen yang digunakan dalam model regresi.

#### Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah data residual tersebar secara normal (Priyatno, 2013). Pada uji normalitas, bila nilai nyata  $> 0,05$  maka data menyebar normal. Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan *Kolmogorov-Smirnov Test* yang dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil uji normalitas

		<i>Unstandardized Residual</i>
<i>N</i>		100
<i>Normal Parameters<sup>a,b</sup></i>	<i>Mean</i>	0,0000000
	<i>Std. Deviation</i>	0,27540846
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	0,084
	<i>Positive</i>	0,084
	<i>Negative</i>	-0,070
<i>Test Statistic</i>		0,084
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		0,079 <sup>c</sup>

Sumber: data diolah (2018)

Berdasarkan hasil pada Tabel 4, nilai nyata menunjukkan  $0,079 > 0,05$ , berarti data tersebar normal.

#### Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model regresi yang baik adalah yang data varian dan residual bersifat homogen dan terbebas dari heteroskedastisitas (Priyatno, 2013). Bila nilai nyata  $> 0,05$  maka data bersifat homogen sedangkan bila nilai nyata  $< 0,05$  maka data bersifat heterogen. Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Hasil uji heteroskedastisitas

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	0,128	5	0,026	1,332	0,257 <sup>b</sup>
Residual	1,802	94	0,019		
Total	1,929	99			

Sumber: data diolah (2018)

Berdasarkan hasil pada Tabel 5, nilai nyata menunjukkan  $0,257 > 0,05$ , berarti data bersifat homogen.

### **Analisis Regresi Linear Berganda**

#### Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk menganalisis besar sumbangan pengaruh peubah independen terhadap peubah dependen (Priyatno, 2013). Kontribusi peubah independen terhadap peubah dependen dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Hasil koefisien determinasi

Model	R	R-Square	Adjusted R-Square	Std. Error of the Estimate
1	0,846 <sup>a</sup>	0,716	0,701	0,28264

Sumber: data diolah (2018)

Berdasarkan hasil *R Square* pada Tabel 6 menunjukkan nilai 0,716 atau sama dengan 71,6 persen. Hal ini berarti 71,6 persen peubah kepuasan pengguna dapat dijelaskan dalam penelitian dengan kontribusi semua peubah mutu layanan dan sisanya 28,40 persen dijelaskan oleh peubah lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

#### Uji F

Hasil uji F dapat dilihat dari tabel ANOVA. Uji F digunakan untuk melihat apakah terdapat pengaruh yang nyata antara peubah independen terhadap peubah dependen secara bersama-sama. Hasil dari uji F dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Hasil uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	18,905	5	3,781	47,330	0,000 <sup>b</sup>
	Residual	7,509	94	0,080		
	Total	26,414	99			

Sumber: data diolah (2018)

$H_0$ : *Tangibles, responsiveness, realibility, emphaty, assurance* secara bersama sama tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna C-VIM

$H_1$ : *Tangibles, responsiveness, realibility, emphaty, assurance* secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pengguna C-VIM

Nilai Sig (0,000) < 0,05 maka tolak  $H_0$ . Artinya *tangibles* ( $X_1$ ), *responsiveness* ( $X_2$ ), *realibility* ( $X_3$ ), *emphaty* ( $X_4$ ) dan *assurance* ( $X_5$ ) secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pengguna C-VIM ( $Y$ ).

#### Hasil Uji t

Uji *t* dilakukan untuk mengetahui peubah independen yang memiliki pengaruh nyata terhadap peubah dependen. Apabila *t* hitung > *t* tabel atau nilai nyata < 0,05, maka dapat dinyatakan peubah independen berpengaruh secara nyata terhadap peubah dependen. Hasil uji *t* dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Hasil uji t

Model	t	Sig.
(Constant)	0,729	0,468
<i>Tangibles</i> ( $X_1$ )	1,182	0,240
<i>Responsiveness</i> ( $X_2$ )	4,584	0,000
<i>Realibility</i> ( $X_3$ )	3,251	0,002
<i>Emphaty</i> ( $X_4$ )	0,935	0,352
<i>Assurance</i> ( $X_5$ )	1,294	0,199

Sumber: data diolah (2018)

Berdasarkan Tabel 8, nilai nyata peubah *responsiveness* sebesar 0,000 < 0,05 dan nilai nyata peubah *realibility* sebesar 0,002 < 0,05. Maka secara parsial, peubah *responsiveness* yang berupa kecepatan petugas untuk memberikan respon dan layanan secara cepat kepada pengguna berpengaruh secara nyata terhadap peubah kepuasan pengguna C-VIM dan peubah *realibility* yang berupa kemampuan petugas untuk memberikan layanan akurat dan tepat waktu berpengaruh secara nyata terhadap peubah kepuasan pengguna C-VIM. Sedangkan peubah *tangibles* yang berkaitan dengan fasilitas fisik, *emphaty* yang berkaitan dengan kemampuan untuk memberikan perhatian personal pada pengguna dan *assurance* yang berkaitan dengan kemampuan menumbuhkan rasa aman dan percaya pada pengguna dinyatakan tidak berpengaruh nyata terhadap kepuasan pengguna C-VIM.

### Model Regresi

Analisis regresi linear berganda bertujuan mencari pengaruh peubah *tangibles*, *responsiveness*, *realibility*, *emphaty* dan *assurance* terhadap kepuasan pengguna. Hasil analisis regresi linear berganda dapat dilihat pada Tabel 9.

Tabel 9. Hasil regresi linear berganda

Model	B	Sig.
(Constant)	0,195	0,468
<i>Tangibles</i> (X <sub>1</sub> )	0,093	0,240
<i>Responsiveness</i> (X <sub>2</sub> )	0,414	0,000
<i>Realibility</i> (X <sub>3</sub> )	0,212	0,002
<i>Emphaty</i> (X <sub>4</sub> )	0,102	0,352
<i>Assurance</i> (X <sub>5</sub> )	0,162	0,199

Sumber: data diolah (2018)

Persamaan linear yang terbentuk adalah:

$$\hat{Y} = 0,195 + 0,093X_1 + 0,414X_2 + 0,212X_3 + 0,102X_4 + 0,162X_5$$

Dengan:

Y : Kepuasan pengguna C-VIM

X<sub>1</sub> : *Tangibles*

X<sub>2</sub> : *Responsiveness*

X<sub>3</sub> : *Realibility*

X<sub>4</sub> : *Emphaty*

X<sub>5</sub> : *Assurance*

Keterangan:

Konstanta bernilai 0,195 menunjukkan nilai kepuasan pengguna akan bernilai 0,195 apabila peubah *tangibles*, *responsiveness*, *realibility*, *emphaty* dan *assurance* bernilai 0. Koefisien regresi peubah *tangibles* (X<sub>1</sub>) 0,093 memiliki pengaruh positif, menunjukkan jika peubah *tangibles* mengalami peningkatan satu satuan maka kepuasan pengguna akan mengalami peningkatan 0,093, dengan asumsi peubah lainnya bernilai tetap. Koefisien regresi peubah *responsiveness* (X<sub>2</sub>) 0,414 memiliki pengaruh positif, menunjukkan jika peubah *responsiveness* mengalami peningkatan satu satuan maka kepuasan pengguna akan mengalami peningkatan 0,414, dengan asumsi peubah lainnya bernilai tetap. Koefisien regresi peubah *realibility* (X<sub>3</sub>) 0,212 memiliki pengaruh positif, menunjukkan jika peubah *realibility* mengalami peningkatan satu satuan maka kepuasan pengguna akan mengalami peningkatan 0,212, dengan asumsi peubah lainnya bernilai tetap. Koefisien regresi peubah *emphaty* (X<sub>4</sub>) 0,102 memiliki pengaruh positif, menunjukkan jika peubah *emphaty* mengalami peningkatan satu satuan maka kepuasan pengguna akan mengalami peningkatan 0,102, dengan asumsi peubah lainnya bernilai tetap. Koefisien regresi peubah *assurance* (X<sub>5</sub>) 0,162 memiliki pengaruh positif, menunjukkan jika peubah *assurance* mengalami peningkatan satu satuan maka kepuasan pengguna akan mengalami peningkatan 0,162, dengan asumsi peubah lainnya bernilai tetap. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa peubah *tangibles*, *responsiveness*, *realibility*, *emphaty* dan *assurance* memiliki pengaruh nyata dan positif terhadap kepuasan pengguna C-VIM di Stasiun Bogor.

### Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil penelitian, aspek *responsiveness* yang berupa kecepatan petugas untuk memberikan respon dan layanan secara cepat kepada pengguna dan peubah *realibility* yang berupa kemampuan petugas untuk memberikan layanan akurat dan tepat waktu berpengaruh nyata dan positif terhadap kepuasan pengguna C-VIM. Pada hal ini, implikasi manajerial yang dapat dilakukan PT KCI adalah memfokuskan meningkatkan mutu layanan yang diberikan khususnya dalam aspek *responsiveness* dan *realibility* karena dengan meningkatkan mutu kedua faktor tersebut, maka kepuasan meningkat lebih nyata dibandingkan bila PT KCI meningkatkan mutu pada faktor lainnya terlebih dahulu. Hal ini dapat berimplikasi pada efektifitas dan efisiensi penggunaan sumber daya perusahaan. Hal-hal yang dapat ditingkatkan oleh PT KCI berdasarkan faktor yang berpengaruh nyata dan positif adalah:

### 1. *Responsiveness*

Berdasarkan indikator pada kuesioner, terdapat tiga indikator yang memiliki nilai terendah, yaitu:

- a) Kecepatan petugas dalam pemberian layanan bila pengguna mengalami kesulitan dalam penggunaan C-VIM. Oleh karena itu, PT KCI dapat memberikan pelatihan dan pemahaman pada petugas yang berjaga pada C-VIM agar dapat melayani pengguna lebih cepat saat dibutuhkan.
- b) Kecepatan penyelesaian masalah teknis pada C-VIM. Oleh karena itu, PT KCI dapat memberikan pelatihan teknis pada petugas, agar dapat menyelesaikan masalah teknis lebih cepat.
- c) Kemudahan akses terhadap petugas saat dibutuhkan oleh pengguna, maka diharapkan petugas dapat berjaga dekat di sekitar C-VIM agar lebih mudah diakses oleh pengguna saat dibutuhkan.

### 2. *Reliability*

Berdasarkan indikator pada kuesioner, terdapat dua indikator yang memiliki nilai terendah, yaitu:

- a) Kemampuan C-VIM untuk mengurangi antrian, maka PT KCI dapat mengevaluasi kembali sistem C-VIM secara berkala agar dapat mengatasi masalah antrian.
- b) Keandalan C-VIM yang dapat digunakan oleh semua kalangan pengguna. Karena tidak semua kalangan dapat menggunakan C-VIM dengan baik, maka PT KCI dapat menyediakan layanan atau informasi yang dibutuhkan pada saat diminta oleh pengguna.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat ditarik kesimpulan bahwa secara simultan peubah *tangibles*, *responsiveness*, *reliability*, *emphaty* dan *assurance* berpengaruh nyata terhadap kepuasan pengguna C-VIM di Stasiun Bogor dengan koefisien determinasi 71,6 persen. Hal ini diartikan bahwa 71,6 persen peubah kepuasan pengguna C-VIM dapat dijelaskan dalam penelitian dengan kontribusi semua peubah mutu layanan. Secara parsial hanya peubah *responsiveness* dan *reliability* yang berpengaruh nyata dan positif terhadap kepuasan pengguna C-VIM di Stasiun Bogor. Sedangkan *tangibles*, *emphaty* dan *assurance* tidak memiliki pengaruh nyata terhadap kepuasan pengguna C-VIM di Stasiun Bogor. Hal ini diartikan bahwa peningkatan mutu pada *responsiveness* dan *reliability* lebih berpengaruh nyata terhadap kepuasan pengguna C-VIM dibandingkan peningkatan mutu pada *tangibles*, *emphaty* dan *assurance*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alifuddin, M. (2014). Pengembangan Mesin Vending Dengan Sistem Pengembalian Mata Uang Rupiah. *Jurnal IT*, 2(2), 1-7.
- Ardi, F. F., Mariam, I., & Widhi, N. M. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Pada Fasilitas dan Petugas Commuter Line Ticket Vending Machine (C-VIM) Terhadap Kepuasan Konsumen PT. KAI Commuter Jabodetabek di Stasiun Pondok Cina. *Jurnal Epigram*, 13(2), 95-102.
- Aryani, D., & Rosinta, F. (2010). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, 17(2), 114-126.
- Hardiyati, R. (2010). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Penginapan (Villa) Agrowisata Kebun Teh Pagilaran. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Haryono, N., & Octavia, R. (2014). Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Mutu Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen. *INDEPT*, 4(1), 20–27.
- Hult, G., Sharma P., Morgeson F., Zhang Y. Antecedents and Consequences of Customer Satisfaction: Do They Differ Across Online and Offline Purchases?. *Journal of Retailing*, 95(1), 10-23.

- Jan, E., Olga, P. & Aleksandra, M. (2018). Linking customer satisfaction with financial performance: an empirical study of Scandinavian banks, *Total Quality Management & Business Excellence*, DOI: 10.1080/14783363.2018.1504621.
- Kadir, A. (2016). Transportasi: Peran dan Dampaknya Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Nasional. *Jurnal Perencanaan dan Pengembangan Wilayah*, 1(3), 121-131.
- Nazir, M. (2014). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nova, R. F. (2010). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap Pada Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Surakarta. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.
- Priyatno, D. (2013). *Analisis Data dengan SPSS*. Yogyakarta: Mediakom.
- Rahadi, D. R. (2007). Peranan Teknologi Informasi Dalam Peningkatan Layanan di Sektor Publik. *Jurnal Seminar Nasional Teknologi*, 2(1), 1-13.
- Ramadhani, A. F. (2017). Evaluasi Sistem Antrean pada *Commuter Vending Machine* di Stasiun Bogor. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Samosir, Z. Z. (2005). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Menggunakan Perpustakaan USU. *Jurnal Studi Perpustakaan dan Informasi*, 1(1), 28-36.
- Sokachael, E. H., & Moghaddam, F. M. (2014). The Impact of Service Quality on Customer Satisfaction by Using SERVQUAL Model. *International Journal of Business and Marketing*, 1(1), 1-16.
- Srinadi, I. G. A. M. (2008). Faktor-faktor Penentu Kepuasan Mahasiswa terhadap Layanan Fakultas Sebagai Lembaga Pendidikan: Studi Kasus di FMIPA, Universitas Udayana. *Jurnal Ilmiah Pendidikan*, 27(3), 217-231.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality, dan Satisfaction*. Ed ke-4. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.
- Yuliarini, N. N., & Riyasa, P. (2007). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Terhadap Layanan PDAM Kota Denpasar. *Jurnal Buletin Studi Ekonomi*, 12(1), 9-28.