

# ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS PT. KAI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. KAI MEDAN

ZIDAN BAAYYESH

Manajemen Pemasaran, Politeknik Unggul LP3M

## ABSTRAK

*Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas pelayanan dan fasilitas PT. KAI Medan serta dampaknya terhadap kepuasan pelanggan. Melalui penyebaran kuesioner kepada 50 responden, diperoleh data mengenai persepsi pelanggan terhadap layanan dan fasilitas yang disediakan. Hasil analisis menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan, termasuk kecepatan tanggap staf dan perhatian terhadap kebutuhan pelanggan. Selain itu, fasilitas yang disediakan, seperti kebersihan kereta dan aksesibilitas, juga dinilai memadai. Penelitian ini mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas berkontribusi signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. KAI Medan. Berdasarkan temuan ini, disarankan agar PT. KAI terus meningkatkan kualitas layanan, melakukan evaluasi berkala terhadap fasilitas, dan memperkuat mekanisme umpan balik dari pelanggan. Penelitian selanjutnya dianjurkan untuk mengeksplorasi variabel lain yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan dan mempertimbangkan pendekatan multidimensional untuk hasil yang lebih komprehensif.*

**Kata kunci:** Kualitas Pelayanan, Fasilitas, KepuasanPelanggan

## I. PENDAHULUAN

Dalam dunia transportasi, persaingan antar perusahaan jasa transportasi semakin ketat. Banyak perusahaan jasa transportasi berlomba-lomba memberikan inovasi terbaru yang ditawarkan kepada konsumen dalam bertransportasi. Namun dalam memenuhi kebutuhan bertransportasi, masyarakat akan lebih cenderung memilih jasa transportasi yang cepat, aman dan terjangkau. Dengan mempertimbangkan beberapa hal yaitu fasilitas dan kualitas pelayanan yang ditawarkan oleh perusahaan jasa transportasi. Kualitas pelayanan yang baik, penyediaan fasilitas juga turut andil dalam menjaring kepuasan konsumen. Fasilitas merupakan tolak ukur dari semua pelayanan yang diberikan, serta sangat tinggi pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan. Karena dengan tingkat fasilitas yang ada juga sangat memudahkan pelanggan dalam beraktifitas serta nyaman untuk menggunakan fasilitas yang ada.

Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan, sedangkan kepuasan adalah respon pemenuhan dari konsumen. Kepuasan adalah hasil dari penilaian dari konsumen bahwa produk atau pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan dimana tingkat pemenuhan ini

bisa lebih atau kurang. Kepuasan pelanggan ditentukan oleh persepsi pelanggan atas performance produk atau jasa dalam memenuhi harapan pelanggan.

Pelanggan merasa puas apabila harapannya terpenuhi atau akan sangat puas jika harapan pelanggan terlampaui (Fandy Tjiptono, 2002). Transportasi kereta api merupakan salah satu moda transportasi yang penting di Indonesia, terutama di wilayah Sumatera Utara. PT. Kereta Api Indonesia (KAI) sebagai penyedia jasa transportasi ini memiliki peran strategis dalam mendukung mobilitas masyarakat dan perekonomian daerah. Di tengah persaingan dengan moda transportasi lainnya, kualitas pelayanan dan fasilitas yang diberikan oleh PT. KAI menjadi faktor krusial yang memengaruhi kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan mencakup berbagai aspek, seperti sikap petugas, kecepatan pelayanan, kenyamanan perjalanan, dan responsif terhadap keluhan pelanggan. Sementara itu, fasilitas seperti kondisi kereta, kebersihan, serta sarana dan prasarana di stasiun juga berkontribusi signifikan terhadap pengalaman pelanggan. Dalam konteks ini, penting untuk memahami bagaimana kedua elemen ini saling berinteraksi dan dampaknya terhadap tingkat kepuasan pelanggan.

Meskipun PT. KAI telah berupaya meningkatkan layanannya tetapi dalam kenyataannya di lapangan masih banyak hal-hal yang berkaitan dengan kualitas pelayanan diabaikan oleh PT KAI hal tersebut terbukti dengan peristiwa yang terjadi pada daftar kecelakaan kereta api yang tergolong tinggi. Data sebuah Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) Indonesian Railway Watch sebelumnya menyebutkan, kecenderungan kecelakaan KA yang berkategori fatal sejak 2004 hingga kini terus meningkat, selain itu berbagai masalah masih muncul, seperti keterlambatan jadwal, kebersihan yang kurang terjaga, serta kurangnya responsivitas petugas. Hal ini berpotensi menurunkan tingkat kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya memengaruhi loyalitas dan reputasi perusahaan.

Selain meningkatkan kualitas pelayanan PT. KAI juga berupaya untuk meningkatkan fasilitas, masalah seperti kebersihan kereta yang kurang optimal, kondisi toilet yang tidak memadai, dan keterbatasan ruang tunggu di stasiun masih sering dikeluhkan oleh penumpang. Selain itu, kenyamanan dan keamanan selama perjalanan juga menjadi perhatian utama bagi pengguna jasa. Mengacu pada Peraturan Menteri Perhubungan Republik Indonesia Nomor PM 63 Tahun 2019 Tentang Standar Pelayanan Minimum Angkutan Orang dengan Kereta Api hasil pengamatan oleh penulis. Stasiun Kota Medan dianggap masih belum optimal dalam memberikan pelayanan terhadap pelanggan karena masih jauh dari harapan yang ada. Masih banyak kekurangan yang terjadi pada pelayanan Stasiun Kota Medan. Kekurangan yang masih dirasakan yaitu Fasilitas ruang tunggu dan tempat duduk.

Seharusnya berdasarkan peraturan tersebut yang berlaku yaitu fasilitas ruang tunggu dan tempat duduk tersedia di stasiun harus cukup untuk menampung pelanggan yang akan bepergian dengan kereta api melalui Stasiun Kota Medan, akan tetapi masih banyak para pelanggan yang mengeluhkan mengenai fasilitas pelayanan ruang tunggu dan tempat duduk yang tersedia. Kecilnya tempat ruang tunggu, karena terkendalanya ruang tunggu sebagai cagar budaya serta kurangnya jumlah tempat duduk untuk pelanggan menyebabkan banyak pelanggan yang duduk di lantai untuk menunggu jadwal keberangkatan kereta api.

## II. METODE PENELITIAN

### Jenis Penelitian

Penelitian menggunakan metode kualitatif, yaitu data yang dikumpulkan berbentuk kata-kata, gambar, bukan angka-angka. Menurut (Moleong, 2018) penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.

Peneliti menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif yaitu peneliti mengobservasi, mewawancarai, dan mendokumentasikan langsung pelanggan pengguna jasa PT. KAI Medan terkait kualitas pelayanan dan fasilitas yang disediakan PT. KAI serta bagaimana tingkat kepuasan pengunjung PT. KAI. Hasil dari penelitian ini berupa rekaman, wawancara, foto, kuisioner dan dokumen pribadi serta informasi lainnya yang bisa digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan akan kualitas pelayanan dan fasilitas PT, KAI selama ini.

### Tempat dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian dilaksanakan di PT. KAI Regional I Sumatera Utara yang Beralamat di Jalan Kereta Api; Kesawan, Medan Barat, Medan, Sumatera Utara 20111 Indonesia. Dengan jangka waktu mulai tanggal 1 September 2024 sampai 10 Oktober 2024.

### Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian disini adalah PT. Kereta Api Indonesia, PT Kereta Api Indonesia (Persero) adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang menyediakan, mengatur, dan mengurus jasa angkutan kereta api di Indonesia. PT KAI melayani angkutan penumpang, barang, dan perusahaan aset. Subjek penelitian mencakup pihak manajemen PT. KAI diantaranya petugas KAI Service dan manajemen KAI yang memberikan pelayanan prima kepada pelanggan serta menyediakan fasilitas bagi kenyamanan dan kepuasan pelanggan. Objek penelitiannya adalah kualitas pelayanan dan fasilitas PT. KAI di lingkungan stasiun kereta api dimana hal ini diharapkan mampu meningkatkan kepuasan pelanggan pengguna jasa PT. KAI Medan.

Penelitian ini akan menganalisis bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan PT. KAI kepada pengguna jasa kereta api serta bagaimana fasilitas yang disediakan PT. KAI selama ini serta dampaknya terhadap kepuasan pelanggan. Objek penelitian adalah kualitas pelayanan dan fasilitas yang disediakan oleh PT. KAI Medan. Fokus utamanya mencakup Kualitas Pelayanan, yang dapat meliputi keandalan, ketanggapan, jaminan, empati, serta daya tanggap dalam memberikan layanan. Fasilitas, yang mencakup infrastruktur fisik (stasiun, kereta api, ruang tunggu), fasilitas pendukung (toilet, aksesibilitas), dan fasilitas teknologi (pemesanan tiket online, informasi perjalanan). Kepuasan Pelanggan, yaitu persepsi pelanggan terhadap pengalaman mereka dalam menggunakan layanan PT. KAI Medan.

### Jenis dan Sumber Data

Data diperoleh secara langsung dari objek penelitian yaitu PT. KAI rental Medan, sebagai objek penelitian dengan teknik-teknik sebagai berikut:

1. Data Primer

Data primer adalah sumber data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli atau pihak pertama. Data ini dikumpulkan penelitian secara khusus bertujuan untuk menjawab pertanyaan penelitian. Sifat dari

sumbernya merupakan hasil observasi terhadap suatu benda (fisik), kejadian, atau kegiatan maupun hasil pengujian adapun data primer pada penelitian ini wawancara, observasi dan kuisioner.

## 2. Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh penelitian secara tidak langsung melalui media perantara. Pada umumnya dapat berupa bukti catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip baik yang dipublikasikan dan ada yang tidak dipublikasikan. Data sekunder penelitian ini diperoleh dari manajemen PT. KAI Medan.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Tujuan dari penelitian adalah untuk memperoleh data, maka metode pengumpulan data merupakan salah satu langkah yang paling penting dalam suatu penelitian. Adapun metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### 1. Observasi

Menurut pendapat (Sugiyono, 2017) observasi adalah teknik pengumpulan data untuk mengamati perilaku manusia, proses kerja, dan gejala-gejala alam, dan responden. Dalam penelitian ini peneliti melakukan pengamatan langsung untuk menemukan fakta-fakta di lapangan. Observasi digunakan untuk menganalisis kepuasan pelanggan pengguna jasa PT. KAI melalui kualitas pelayanan dan fasilitas yang disediakan PT. KAI.

#### 2. Wawancara

Wawancara dalam penelitian terjadi dimana peneliti sedang berbincang-bincang dengan narasumber dengan tujuan menggali informasi melalui pertanyaan-pertanyaan dan menggunakan teknik tertentu. Dalam penelitian ini subjek wawancara adalah karyawan KAI Service dan manajemen PT. KAI terkait penyediaan fasilitas di lingkungan stasiun Kereta api.

#### 3. Kuisioner

Kuesioner merupakan metode pengumpulan data dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan kepada responden untuk dijawab. Kuesioner dapat berupa pertanyaan tertutup ataupun terbuka Teknik ini dilaksanakan dengan menggunakan daftar pertanyaan bentuk tertutup untuk memudahkan peneliti dalam menganalisis data. Survey dilakukan dengan membagikan kuesioner kepada pelanggan pengguna jasa PT. KAI terkait kepuasan pelanggan.

#### 4. Dokumentasi

metode mengkaji dan mengolah data dari dokumen-dokumen yang sudah ada sebelumnya dan mendukung data penelitian. Metode dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data terkait gambaran umum perusahaan dan data fasilitas apa saja yang disediakan PT. KAI.

### **Teknik Analisis Data**

Data yang dikumpulkan sebagian besar merupakan data kualitatif dan teknik analisis menggunakan teknik kualitatif. Teknik ini dipilih peneliti untuk menghasilkan data kualitatif, yaitu data yang tidak bisa dikategorikan secara statistik. Dalam penggunaan analisis kualitatif, maka penginterpretasian terhadap apa yang ditemukan dan pengambilan kesimpulan akhir menggunakan logika atau penalaran sistematis. Analisis kualitatif yang digunakan adalah model analisis

interaktif, yaitu model analisis yang memerlukan tiga komponen berupa reduksi data, sajian data, serta penarikan kesimpulan/verifikasi dengan menggunakan interactive mode milik (Sugiyono, 2017).

1. Reduksi Data “Mereduksi data bisa diartikan merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal penting, dicari pola dan temanya”, Dengan mereduksi data akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya. Proses reduksi berlangsung terus selama pelaksanaan penelitian bahkan peneliti memulai sebelum pengumpulan data dilakukan dan selesai sampai penelitian berakhir. Reduksi dimulai sewaktu peneliti memutuskan kerangka konseptual wilayah penelitian, permasalahan penelitian, dan pendekatan pengumpulan data yang digunakan. Selama pengumpulan data berlangsung, reduksi data dapat berupa membuat ringkasan, mengkode, memusatkan tema, membuat batas permasalahan, dan menulis memo
2. Penyajian Data “Penelitian kualitatif penyajian data dilakukn dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, flowchart, dan sejenisnya”. Sajian ini merupakan kalimat yang disusun secara logis dan sistematis, sehingga bila dibaca akan bisa mudah dipahami berbagai hal yang terjadi dan memungkinkan peneliti untuk berbuat sesuatu pada analisis ataupun tindakan lain berdasarkan pemahamannya tersebut. Sajian data ini harus mengacu pada rumusan masalah yang telah dirumuskan sebagai pertanyaan penelitian, sehingga narasi yang tersaji merupakan deskripsi mengenai kondisi yang rinci untuk menceritakan dan menjawab setiap permasalahan yang ada. Sajian data selain dalam bentuk narasi kalimat, juga dapat meliputi berbagai jenis matriks, gambar atau skema, jaringan kerja, kaitan kegiatan, dan juga tabel sebagai pendukung narasinya. Dengan melihat suatu penyajian data, peneliti akan melihat apa yang terjadi dan memungkinkan untuk mengajarkan suatu analisis ataupun tindakan lain berdasarkan penelitian tersebut. Penyajian data yang lebih baik merupakan suatu cara yang utama bagi analisis kualitatif yang valid.
3. Penarikan Kesimpulan Kesimpulan disini merupakan temuan baru dan belum pernah ada. Temuan masi berupa remang-remang dan menjadi jelas setelah diteliti. Simpulan perlu diverifikasi agar cukup mantap dan benar-benar bisa dipertanggungjawabkan. Oleh karena itu perlu dilakukan aktivitas pengulangan untuk tujuan pemantapan, penelusuran data kembali dengan cepat, mungkin sebagai akibat pikiran kedua yang timbul melintas pada peneliti pada waktu menulis sajian data dengan melihat kembali sebentar pada catatan lapangan.

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Hasil Penelitian

#### Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini mengelola data kuesioner dalam bentuk data yang terdiri dari 5 pertanyaan untuk variabel Kualitas Pelayanan, 5 pertanyaan untuk variabel Fasilitas KAI dan 5 pernyataan untuk variabel kepuasan pelanggan serta

wawancara dengan beberapa karyawan KAI Service beserta manajemen PT. KAI dan Kuesioner yang di sebarakan ini diberikan kepada 50 orang responden pengguna jasa kereta api pada PT. KAI Medan.

**Tabel 4.1**  
**Jumlah kuesioner**

Keterangan	Total
Hasil kuesioner yang diperoleh	50
Wawancara	5
Kuesioener dan wawancara yang dapat dianalisis	55

### 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Responden pada penelitian ini merupakan pelanggan PT. KAI Medan yang berjumlah 50 orang, berikut ini karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel 4.1:

**Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kalamin**

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-laki	19	38
2	Perempuan	31	62
<b>Jumlah</b>		<b>50</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data diolah penulis 2024

Berdasarkan tabel 4.1 dapat diketahui tentang jenis kelamin pelanggan PT. KAI Medan yang diambil sebagai responden, menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah perempuan sebesar 31 responden dengan persentase 62%. Sedangkan responden laki-laki yakni sebesar 19 responden dengan persentase 38%.

### 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Responden pada penelitian ini merupakan pelanggan PT. KAI Medan yang berjumlah 50 orang, berikut ini karakteristik responden berdasarkan Usia dapat dilihat pada tabel 4.2:

**Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Usia**

No	Usia	Jumlah	Persentase
1	15 – 25 tahun	7	14
2	26 – 35 tahun	18	36
3	36 – 45 tahun	15	30
4	> 45 tahun	10	20
<b>Jumlah</b>		<b>50</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data diolah penulis 2024

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui tentang usia Pelanggan PT. KAI Medan yang diambil sebagai responden, menunjukkan bahwa pelanggan dengan rentang usia 15-25 tahun sebanyak 7 responden atau 14%, pelanggan dengan rentang usia 26 – 35 tahun sebanyak 18 responden atau 36%, pelanggan dengan rentang usia 36 –45 tahun sebanyak 15 responden atau 30% dan pelanggan dengan usia > 45 tahun sebanyak 10 responden atau 20%.

### 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Responden pada penelitian ini merupakan pelanggan PT. KAI Medan yang berjumlah 50 orang, berikut ini karakteristik responden berdasarkan Pekerjaan dapat dilihat pada tabel 4.3:

**Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan**

No	Usia	Jumlah	Persentase
1	PNS/BUMN	17	34
2	Pegawai Swasta	12	24
3	Wiraswasta	10	20
4	Pelajar/Mahasiswa	8	16
5	Lainnya	3	6
<b>Jumlah</b>		<b>50</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data diolah penulis 2024

Berdasarkan tabel 4.3 dapat diketahui tentang pekerjaan pelanggan PT. KAI Medan yang diambil sebagai responden, menunjukkan bahwa pelanggan dengan pekerjaan PNS/BUMN sebanyak 17 responden atau 34%. Pelanggan dengan pekerjaan pegawai swasta sebanyak 12 responden atau 24%, pelanggan dengan pekerjaan wiraswasta sebanyak 10 responden atau 20%, pelanggan dengan pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa sebanyak 8 responden atau 16% dan pelanggan dengan pekerjaan lainnya sebanyak 3 responden atau 5%.

#### **Distribusi Jawaban Responden**

Penelitian mengenai Analisis Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas PT. KAI Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. KAI Medan, maka peneliti membagikan sebuah kuesioner / angket kepada 50 responden untuk di jadikan sampel dalam penelitian ini, berdasarkan 50 responden tersebut peneliti merkapitulasi seluruh skor pada setiap butir pertanyaan dari masing-masing variabel, dan menghasilkan seluruh data untuk diuji kebenarannya.

#### **1. Kualitas Pelayanan**

Berdasarkan penyebaran kuesioner kepada pelanggan PT. KAI Medan diperoleh rekapitulasi jawaban responden tentang variabel kualitas pelayanan sebagai berikut:

**Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Responden Kualitas Pelayanan**

ALTERNATIF JAWABAN												
NO	SS		S		CS		KS		TS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	0	0%	24	48%	26	52%	0	0%	0	0%	50	100%
2	0	0%	20	40%	29	58%	1	2%	0	0%	50	100%
3	0	0%	22	44%	27	54%	1	2%	0	0%	50	100%
4	0	0%	25	50%	24	48%	1	2%	0	0%	50	100%
5	0	0%	25	50%	25	50%	0	0%	0	0%	50	100%

Sumber: Data diolah penulis 2024

Dari tabel 4.4 diatas dapat dijelaskan mengenai pernyataan dari variabel Kualitas Pelayanan bahwa:

- Pada pernyataan ke 1 "PT. KAI selalu memberikan layanan yang sesuai dengan janji yang telah disampaikan "responden dengan jawaban Setuju sebanyak 24 responden (48%), responden dengan jawaban cukup setuju sebanyak 26 responden (52%), Hal ini membuktikan bahwa mayoritas responden memiliki pandangan positif terhadap layanan PT. KAI, dengan 100% menyatakan setuju atau cukup setuju. Ini menunjukkan tingkat kepuasan yang tinggi terkait konsistensi layanan yang diberikan.

- b. Pada pernyataan ke 2 “Staf PT. KAI cepat tanggap dalam membantu pelanggan ketika menghadapi masalah atau pertanyaan” responden dengan jawaban Setuju sebanyak 20 responden (40%), responden dengan jawaban cukup setuju sebanyak 29 responden (58%), dan responden dengan jawaban kurang setuju sebanyak 1 responden (2%). Hal ini membuktikan bahwa sebagian besar responden merasakan responsivitas staf PT. KAI, dengan 98% menyatakan setuju atau cukup setuju. Ini menunjukkan bahwa pelanggan umumnya merasa didukung dalam mengatasi masalah atau pertanyaan yang mereka hadapi.
- c. Pada pernyataan ke 3 “Saya merasa aman dan percaya dengan pengetahuan dan sikap profesional staf PT. KAI” responden dengan jawaban Setuju sebanyak 22 responden (44%), responden dengan jawaban cukup setuju sebanyak 27 responden (54%), dan responden dengan jawaban kurang setuju sebanyak 1 responden (2%). Hal ini membuktikan bahwa hampir semua responden, yaitu 98%, merasa aman dan percaya terhadap pengetahuan serta sikap profesional staf PT. KAI. Ini menunjukkan tingkat kepercayaan yang tinggi dari pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan.
- d. Pada pernyataan ke 4 “Staf PT. KAI menunjukkan perhatian dan pemahaman terhadap kebutuhan dan keluhan pelanggan” responden dengan jawaban Setuju sebanyak 25 responden (50%), responden dengan jawaban cukup setuju sebanyak 24 responden (48%), dan responden dengan jawaban kurang setuju sebanyak 1 responden (2%). Hal ini membuktikan bahwa sebagian besar responden, yaitu 98%, merasa bahwa staf PT. KAI menunjukkan perhatian dan pemahaman terhadap kebutuhan serta keluhan pelanggan. Ini menunjukkan bahwa pelanggan umumnya merasa diperhatikan dan diakomodasi dengan baik oleh pihak staf.
- e. Pada pernyataan ke 5 “Fasilitas dan sarana yang disediakan oleh PT. KAI dalam keadaan bersih dan nyaman” responden dengan jawaban Setuju sebanyak 25 responden (50%), responden dengan jawaban cukup setuju sebanyak 25 responden (50%). Hal ini membuktikan bahwa seluruh responden, yaitu 100%, memiliki pandangan positif terhadap kebersihan dan kenyamanan fasilitas serta sarana yang disediakan oleh PT. KAI. Ini menunjukkan bahwa pelanggan merasa puas dengan kondisi fisik layanan yang diberikan.

## 2. Fasilitas PT. KAI

Berdasarkan penyebaran kuesioner kepada pelanggan PT. KAI Medan diperoleh rekapitulasi jawaban responden tentang variabel Fasilitas PT. KAI sebagai berikut:

**Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden Fasilitas PT. KAI**

ALTERNATIF JAWABAN												
NO	SS		S		CS		KS		TS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	21	42%	20	40%	7	14%	2	4%	0	0%	50	100%
2	18	36%	23	46%	8	16%	1	2%	0	0%	50	100%
3	20	40%	24	48%	4	8%	2	4%	0	0%	50	100%
4	27	54%	17	34%	4	8%	2	4%	0	0%	50	100%
5	25	50%	13	26%	9	18%	3	6%	0	0%	50	100%

Sumber: Data diolah penulis 2024

Dari tabel 4.5 diatas dapat dijelaskan mengenai pernyataan dari variabel Fasilitas PT. KAI bahwa:

- a. Pada pernyataan ke 1 “Kebersihan kereta dan stasiun PT. KAI selalu terjaga dengan baik“ responden dengan jawaban sangat Setuju sebanyak 21 responden (42%), responden dengan jawaban setuju sebanyak 20 responden (40%), responden dengan jawaban cukup setuju sebanyak 7 responden (14%), responden dengan jawaban kurang setuju sebanyak 2 responden (4%). Hal ini membuktikan bahwa mayoritas responden, yaitu 82%, merasa bahwa kebersihan kereta dan stasiun PT. KAI terjaga dengan baik, dengan 42% sangat setuju dan 40% setuju. Hanya 4% responden yang kurang setuju, yang menunjukkan bahwa secara umum, pelanggan merasa puas dengan standar kebersihan yang diterapkan.
- b. Pada pernyataan ke 2 “Fasilitas PT. KAI mudah diakses oleh semua penumpang, termasuk mereka yang berkebutuhan khusus” responden dengan jawaban sangat Setuju sebanyak 18 responden (36%), responden dengan jawaban setuju sebanyak 23 responden (46%), responden dengan jawaban cukup setuju sebanyak 8 responden (16%), responden dengan jawaban kurang setuju sebanyak 1 responden (2%). Hal ini membuktikan bahwa sebagian besar responden, yaitu 82%, merasa bahwa fasilitas PT. KAI mudah diakses, dengan 36% sangat setuju dan 46% setuju. Hanya 2% yang kurang setuju, menunjukkan bahwa pelanggan umumnya merasa bahwa aksesibilitas fasilitas sudah memadai, termasuk bagi penumpang berkebutuhan khusus.
- c. Pada pernyataan ke 3 “Saya merasa aman selama perjalanan menggunakan kereta PT. KAI, berkat adanya petugas keamanan dan sistem pengawasan” responden dengan jawaban sangat Setuju sebanyak 20 responden (40%), responden dengan jawaban setuju sebanyak 24 responden (48%), responden dengan jawaban cukup setuju sebanyak 4 responden (8%), responden dengan jawaban kurang setuju sebanyak 2 responden (4%). Hal ini membuktikan bahwa 88% responden merasa aman selama perjalanan dengan PT. KAI, dengan 40% sangat setuju dan 48% setuju. Hanya 4% yang kurang setuju, yang menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan percaya akan keberadaan petugas keamanan dan sistem pengawasan yang efektif.
- d. Pada pernyataan ke 4 “Informasi mengenai jadwal dan layanan PT. KAI disampaikan dengan jelas dan mudah dipahami” responden dengan jawaban sangat Setuju sebanyak 27 responden (54%), responden dengan jawaban setuju sebanyak 17 responden (34%), responden dengan jawaban cukup setuju sebanyak 4 responden (8%), responden dengan jawaban kurang setuju sebanyak 2 responden (4%). Hal ini membuktikan bahwa 88% responden merasa informasi mengenai jadwal dan layanan PT. KAI disampaikan dengan jelas dan mudah dipahami, dengan 54% sangat setuju dan 34% setuju. Hanya 4% yang kurang setuju, menunjukkan bahwa mayoritas pelanggan merasa puas dengan komunikasi informasi yang diberikan.
- e. Pada pernyataan ke 5 “Fasilitas pendukung seperti toilet dan tempat parkir di stasiun PT. KAI cukup memadai” responden dengan jawaban sangat Setuju sebanyak 25 responden (50%), responden dengan jawaban setuju sebanyak 13 responden (26%), responden dengan jawaban cukup setuju

sebanyak 9 responden (18%), responden dengan jawaban kurang setuju sebanyak 3 responden (6%). Hal ini membuktikan bahwa 76% responden merasa fasilitas pendukung, seperti toilet dan tempat parkir di stasiun PT. KAI, cukup memadai, dengan 50% sangat setuju dan 26% setuju. Meskipun ada 6% responden yang kurang setuju, mayoritas pelanggan merasa puas dengan fasilitas yang disediakan, menunjukkan bahwa aspek kenyamanan di stasiun telah diperhatikan.

### 3. Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan penyebaran kuesioner kepada pelanggan PT. KAI Medan diperoleh rekapitulasi jawaban responden tentang variabel Kepuasan Pelanggan sebagai berikut:

**Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden Kepuasan Pelanggan**

ALTERNATIF JAWABAN												
NO	SP		P		CP		KP		TP		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	0	0%	19	38%	29	58%	2	4%	0	0%	50	100%
2	0	0%	25	50%	25	50%	0	0%	0	0%	50	100%
3	0	0%	24	48%	26	52%	0	0%	0	0%	50	100%
4	0	0%	28	56%	21	42%	1	2%	0	0%	50	100%
5	0	0%	26	52%	20	40%	4	8%	0	0%	50	100%

Sumber: Data diolah penulis 2024

Dari tabel 4.6 diatas dapat dijelaskan mengenai pernyataan dari variabel Fasilitas PT. KAI bahwa:

- Pada pernyataan ke 1 “Pengalaman saya menggunakan layanan PT. KAI telah memenuhi harapan saya” responden dengan jawaban Puas sebanyak 19 responden (38%), responden dengan jawaban cukup puas sebanyak 29 responden (58%) dan responden dengan jawaban kurang puas sebanyak 2 responden (4%). Hal ini membuktikan bahwa 96% responden merasa puas atau cukup puas dengan pengalaman menggunakan layanan PT. KAI, dengan 38% merasa puas dan 58% cukup puas. Hanya 4% yang kurang puas, menunjukkan bahwa layanan secara umum memenuhi harapan pelanggan.
- Pada pernyataan ke 2 “Saya memiliki keinginan yang tinggi untuk menggunakan layanan PT. KAI lagi di masa depan” responden dengan jawaban Puas sebanyak 25 responden (50%), responden dengan jawaban cukup puas sebanyak 25 responden (50%). Hal ini membuktikan bahwa 100% responden merasa puas atau cukup puas dengan keinginan untuk menggunakan layanan PT. KAI lagi di masa depan. Ini menunjukkan tingkat loyalitas yang tinggi dari pelanggan terhadap layanan yang diberikan.
- Pada pernyataan ke 3 “Saya akan merekomendasikan PT. KAI kepada teman atau keluarga saya” responden dengan jawaban Puas sebanyak 24 responden (48%), responden dengan jawaban cukup puas sebanyak 26 responden (52%). Hal ini membuktikan bahwa 100% responden merasa puas atau cukup puas untuk merekomendasikan PT. KAI kepada teman atau keluarga mereka. Ini menunjukkan bahwa pelanggan memiliki kepercayaan dan kepuasan yang tinggi terhadap layanan PT. KAI, yang berpotensi

- meningkatkan citra dan basis pelanggan perusahaan.
- d. Pada pernyataan ke 4 “Kualitas layanan yang saya terima dari PT. KAI sangat baik” responden dengan jawaban Puas sebanyak 28 responden (56%), responden dengan jawaban cukup puas sebanyak 21 responden (42%) dan responden dengan jawaban kurang puas sebanyak 1 responden (2%). Hal ini membuktikan bahwa 98% responden merasa puas atau cukup puas dengan kualitas layanan yang mereka terima dari PT. KAI, dengan 56% merasa puas dan 42% cukup puas. Hanya 2% yang kurang puas, menunjukkan bahwa mayoritas pelanggan menilai kualitas layanan PT. KAI sebagai sangat baik.
  - e. Pada pernyataan ke 5 “Saya percaya bahwa PT. KAI memiliki reputasi yang baik dalam memberikan layanan transportasi” responden dengan jawaban Puas sebanyak 26 responden (52%), responden dengan jawaban cukup puas sebanyak 20 responden (40%) dan responden dengan jawaban kurang puas sebanyak 4 responden (8%) . Hal ini membuktikan bahwa 92% responden merasa puas atau cukup puas dengan reputasi PT. KAI dalam memberikan layanan transportasi, dengan 52% merasa puas dan 40% cukup puas. Meskipun 8% responden kurang puas, mayoritas pelanggan memiliki kepercayaan yang tinggi terhadap reputasi PT. KAI, menunjukkan bahwa perusahaan berhasil membangun citra positif di mata masyarakat.

#### **Analisis Deskriptif Wawancara**

Hasil wawancara dengan Bapak Budiman selaku perwakilan dari Manajemen PT. KAI Medan:

1. Bagaimana PT. KAI Medan memastikan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan?  
“Kami menerapkan standar operasional yang ketat dan rutin melakukan pelatihan untuk staf kami. Selain itu, kami juga melakukan survei kepuasan pelanggan secara berkala untuk mendapatkan masukan langsung dari mereka”
2. Apa langkah yang diambil PT. KAI Medan untuk menjaga kebersihan dan kenyamanan fasilitas?  
“Kami memiliki tim kebersihan yang bertugas secara reguler untuk memastikan semua fasilitas, termasuk toilet dan ruang tunggu, selalu dalam kondisi bersih. Kami juga berinvestasi dalam perawatan berkala untuk menjaga fasilitas tetap nyaman”.
3. Bagaimana PT. KAI Medan memastikan keamanan penumpang selama perjalanan?  
“Kami memiliki petugas keamanan yang berpatroli di dalam dan sekitar kereta. Selain itu, kami juga menggunakan sistem pengawasan CCTV untuk memantau situasi. Kami ingin memastikan semua penumpang merasa aman selama perjalanan mereka”
4. Apa yang dilakukan PT. KAI Medan untuk menangani keluhan pelanggan?  
“Kami memiliki saluran komunikasi yang jelas, seperti hotline dan media sosial, untuk menerima keluhan. Tim layanan pelanggan kami dilatih untuk merespons dengan cepat dan efektif, sehingga masalah dapat diselesaikan dengan baik”
5. Bagaimana PT. KAI Medan membangun reputasi baik di mata pelanggan?  
“Kami berusaha untuk memberikan layanan yang konsisten dan berkualitas

tinggi. Selain itu, kami aktif dalam berpartisipasi dalam komunitas dan acara lokal untuk meningkatkan visibilitas kami. Kami juga mengandalkan rekomendasi dari pelanggan yang puas”.

6. Apa rencana ke depan PT. KAI Medan untuk meningkatkan kualitas layanan dan fasilitas?

“Kami berencana untuk mengimplementasikan teknologi terbaru dalam sistem informasi dan pemesanan tiket. Selain itu, kami juga akan melakukan evaluasi fasilitas secara berkala untuk memastikan kami selalu memenuhi harapan pelanggan. Umpan balik dari pelanggan akan menjadi dasar dalam perbaikan yang kami lakukan”.

## **Pembahasan**

### **Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. KAI Medan.**

Berdasarkan hasil penelitian, kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. KAI Medan menunjukkan hasil yang sangat positif. Sebanyak 100% responden menyatakan setuju atau cukup setuju bahwa PT. KAI selalu memberikan layanan sesuai dengan janji yang disampaikan. Hal ini menunjukkan bahwa konsistensi dalam pelayanan menjadi salah satu faktor utama yang berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan. Ketika pelanggan merasa bahwa perusahaan memenuhi harapan mereka, mereka cenderung merasa puas dan loyal. Sebagian besar responden (98%) merasakan responsivitas staf PT. KAI dalam membantu pelanggan ketika menghadapi masalah atau pertanyaan. Responsif terhadap kebutuhan pelanggan menunjukkan bahwa PT. KAI tidak hanya menyediakan layanan, tetapi juga menciptakan pengalaman yang positif bagi pelanggan. Dalam era di mana pelanggan mengharapkan jawaban cepat dan solusi yang efisien, kemampuan staf untuk merespons dengan baik sangat penting untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Tingkat kepercayaan yang tinggi (98%) terhadap pengetahuan dan sikap profesional staf PT. KAI juga berperan signifikan dalam kepuasan pelanggan. Ketika pelanggan merasa aman dan percaya pada staf yang melayani mereka, hal ini meningkatkan pengalaman mereka secara keseluruhan. Kepercayaan ini berakar dari pelatihan yang baik dan pengembangan kompetensi staf, yang pada gilirannya berdampak positif pada reputasi perusahaan. Mayoritas responden merasa bahwa staf PT. KAI menunjukkan perhatian dan pemahaman terhadap kebutuhan serta keluhan pelanggan (98%). Ketika pelanggan merasa diperhatikan, mereka lebih mungkin untuk memiliki pandangan positif terhadap perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa PT. KAI tidak hanya fokus pada aspek teknis pelayanan, tetapi juga pada hubungan emosional dengan pelanggan. Dari hasil kuesioner, seluruh responden (100%) memiliki pandangan positif terhadap kebersihan dan kenyamanan fasilitas yang disediakan. Kebersihan merupakan salah satu aspek fundamental dalam layanan transportasi. Fasilitas yang bersih dan nyaman tidak hanya meningkatkan pengalaman perjalanan, tetapi juga menciptakan kesan profesionalisme perusahaan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan sangat terkait dengan keinginan mereka untuk menggunakan layanan PT. KAI lagi di masa depan (100% responden merasa puas atau cukup puas). Ini mencerminkan loyalitas pelanggan yang tinggi. Ketika pelanggan merasa puas dengan kualitas pelayanan, mereka tidak hanya akan kembali menggunakan layanan, tetapi juga

merekomendasikan PT. KAI kepada orang lain. Meskipun hasil penelitian menunjukkan kepuasan yang tinggi, penting bagi PT. KAI untuk terus mengembangkan dan meningkatkan kualitas layanan. Beberapa langkah yang dapat diambil meliputi:

- a. Menyediakan pelatihan berkelanjutan untuk staf agar tetap responsif terhadap kebutuhan pelanggan dan mengatasi masalah dengan cepat
- b. Memastikan keamanan dan kenyamanan penumpang melalui sistem pengawasan yang lebih baik.
- c. Melakukan survei rutin untuk mengumpulkan umpan balik pelanggan dan menerapkannya dalam perbaikan layanan.

Dari pembahasan di atas, jelas bahwa kualitas pelayanan yang tinggi memiliki dampak signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PT. KAI Medan. Dengan mempertahankan dan terus meningkatkan standar pelayanan, PT. KAI dapat memastikan bahwa pelanggan tetap puas dan loyal, yang pada akhirnya akan berkontribusi pada pertumbuhan dan reputasi positif perusahaan.

#### **Analisis Kualitas Fasilitas PT. KAI Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. KAI Medan.**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas yang disediakan oleh PT. KAI memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sebanyak 82% responden menyatakan bahwa kebersihan kereta dan stasiun terjaga dengan baik, serta 76% responden merasa fasilitas pendukung, seperti toilet dan tempat parkir, cukup memadai. Hal ini menunjukkan bahwa fasilitas yang bersih dan nyaman merupakan salah satu faktor kunci dalam menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan.

Sebagian besar responden (82%) juga merasa bahwa fasilitas PT. KAI mudah diakses, termasuk bagi penumpang yang berkebutuhan khusus. Aksesibilitas adalah elemen penting dalam memberikan kenyamanan bagi seluruh pelanggan. Dengan memastikan bahwa semua penumpang dapat mengakses fasilitas dengan mudah, PT. KAI menunjukkan komitmen untuk melayani semua kalangan, yang berdampak positif pada persepsi pelanggan terhadap perusahaan. Keamanan menjadi salah satu prioritas utama dalam pelayanan transportasi. Sebanyak 88% responden merasa aman selama perjalanan berkat adanya petugas keamanan dan sistem pengawasan yang diterapkan. Rasa aman ini sangat penting bagi pelanggan, karena faktor keamanan sering kali menjadi pertimbangan utama saat memilih moda transportasi. Dengan memastikan bahwa pelanggan merasa aman, PT. KAI dapat meningkatkan kepuasan pelanggan secara keseluruhan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 88% responden merasa informasi mengenai jadwal dan layanan disampaikan dengan jelas dan mudah dipahami. Ketersediaan informasi yang akurat dan mudah diakses merupakan faktor penting dalam menciptakan pengalaman perjalanan yang positif. Ketika pelanggan dapat dengan mudah memahami informasi terkait perjalanan mereka, mereka merasa lebih percaya diri dan nyaman, yang berkontribusi terhadap kepuasan mereka. Kepuasan yang tinggi terhadap fasilitas PT. KAI juga berdampak positif pada keinginan pelanggan untuk menggunakan layanan di masa depan. Hal ini terlihat dari pernyataan bahwa 100% responden merasa puas atau cukup puas dan bersedia merekomendasikan PT. KAI kepada orang lain. Ketika fasilitas yang disediakan memenuhi harapan pelanggan, mereka tidak hanya akan kembali menggunakan layanan, tetapi juga mendorong orang lain untuk mencoba layanan tersebut.

Walaupun hasil penelitian menunjukkan kepuasan yang tinggi, PT. KAI harus tetap berkomitmen untuk meningkatkan fasilitas agar dapat memenuhi harapan pelanggan yang terus berkembang. Beberapa langkah yang bisa diambil termasuk:

- a. Melakukan perawatan dan pemeliharaan fasilitas secara rutin untuk memastikan bahwa semua fasilitas dalam kondisi baik dan bersih.
- b. Menerapkan teknologi terbaru dalam fasilitas untuk meningkatkan kenyamanan, seperti sistem informasi digital di stasiun.
- c. Melakukan survei berkala untuk mendapatkan umpan balik mengenai fasilitas dan menggunakan data tersebut untuk perbaikan yang berkelanjutan.

Secara keseluruhan, fasilitas yang disediakan oleh PT. KAI memainkan peran penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Dengan menjaga kebersihan, keamanan, aksesibilitas, dan penyampaian informasi yang baik, PT. KAI tidak hanya mampu memenuhi harapan pelanggan, tetapi juga membangun loyalitas yang kuat. Ke depannya, dengan terus meningkatkan kualitas fasilitas, PT. KAI dapat memastikan kepuasan pelanggan yang lebih tinggi dan pertumbuhan yang berkelanjutan.

#### **IV. SIMPULAN**

1. Kualitas pelayanan PT. KAI Medan menunjukkan hasil yang sangat positif, dengan mayoritas responden merasa puas terhadap layanan yang diberikan. Staf yang responsif, profesional, dan perhatian terhadap kebutuhan pelanggan menjadi faktor kunci dalam menciptakan pengalaman positif. Tingginya tingkat kepuasan ini mencerminkan bahwa PT. KAI berhasil memenuhi harapan pelanggan, yang pada gilirannya berpotensi meningkatkan loyalitas dan rekomendasi dari pelanggan kepada orang lain.
2. Fasilitas yang disediakan oleh PT. KAI Medan juga berkontribusi signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kebersihan, keamanan, dan aksesibilitas fasilitas menjadi aspek penting yang dinilai tinggi oleh pelanggan. Sebagian besar responden merasa nyaman dan aman selama perjalanan, yang berdampak positif pada keinginan mereka untuk menggunakan layanan di masa depan. Komitmen PT. KAI untuk terus memperbaiki dan meningkatkan fasilitas akan sangat penting dalam menjaga kepuasan pelanggan dan reputasi perusahaan.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Adnyana, D. G. A., & Suprapti, N. W. S. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Gojek Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(11), 6041. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v07.i11.p09>
- Affandi, E. Y., & Sulistyawati, E. (2015). *FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KUALITAS* (Vol. 7).
- B.Samuel. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Herba Penawar Alwahida Indonesia. In Eriksson, Sara Waldenström, Lovisa Wang, Xiwen Gao, Longxiang 郭光灿//*Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelianae Brunensis* (Vol. 53, Issue 9).

Boimau. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Online Grabbike. *Journal of Management : Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 14(2), 169–187. <https://doi.org/10.35508/jom.v14i2.4014>

Caniago, A. (2022). Analisis Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Lentera Bisnis*, 11(3), 219. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v11i3.652>

Dekeng Setyo dan Dessy Ari Rahmawati. (2015). *Pengaruh Kualitas Informasi Dan Kualitas Sistem Informasi Terhadap Kepuasan Serta Kinerja Pengguna Sistem Informasi*.

Kotler, P. (2013). *Manajemen Pemasaran Edisi ke Tiga Belas*. : PT. Gelora Aksara Pratama.

Kotler, P., & Amstrong. (2018). *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh* (7th ed.). Salemba Empat.

Moha, S., & Loindong, S. (2016). Analisis Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Yuta Di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 4(1).

Nani, S., & Wolok, T. (2014). *Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Bank SinarMas Cabang Gorontalo*. Universitas Negeri Gorontalo.

Pratiwi, H. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Takana Juo di Makassar*.

Sanny, O. M. (2019). Pengaruh Brand Image dan Persepsi Harga Terhadap Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pelanggan Datsun Nissan Martadinata). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(2), 1. <https://doi.org/10.35797/jab.8.2.2019.23508.1-9>

Sudrajad, M. C. H., & Imam Sukwatus Suja'i. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Warkop Sawah Kopi Desa Tanjungsari Boyolangu Tulungagung. *JURMA: Jurnal Riset Manajemen*, 1(3).

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D)*. CV. Alfabeta.

Tria, Ainul, K. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Bank BTN Cabang Tegal. *Journal of Economic and Management (JECMA)*, 2(1), 1–9. <https://doi.org/10.46772/jecma.v2i1.513>

TriHidayat, R. F., & Nirawati, L. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi

Pada Pelanggan PT KAI DAOP 8 Surabaya). *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(4), 7355–7367.  
<https://doi.org/10.31539/costing.v7i4.9758>