

ABSTRACT

PT. Indonesian Railways as a public service company provider of rail transportation services also affected by economic shocks . Under conditions of competition are very strict transport business, maintaining customer satisfaction is one way to maintain the existence of the company. Therefore, PT. Indonesian Railways need to think and determine the appropriate steps in order to improve the quality of care. Argo Parahyangan Railway is one of the flagship passenger train PT. Indonesian Railways which operates in the area of operations I and II (London and New York) have experienced a decline in the percentage of passenger numbers in recent years .

The purpose of this study was to determine customer satisfaction in service quality Railways Argo Parahyangan today, knowing the factors that lead to low public confidence in the use of PT services. Kereta Api Indonesia (Persero) in particular Railways Argo Parahyangan , and determine whether there are significant quality of service at a competitive advantage which is owned by PT. KAI. In this study there are five dimensions in service quality variables and 3 dimensions in a variable of competitive advantage . The samples in this study were 200 respondents . Processing data using SPSS version 16 software and hypothesis testing using simple regression analysis .

From the research that has been carried on, the conclusions that can be taken is that there is very little effect between quality of service and competitive advantage PT. KAI with $\text{sig} = 0.182 > 0.05$ which indicates the quality of service does not affect the competitive advantage. it could be concluded that the absence of the influence of the quality of service at a competitive advantage in PT. KAI.

Key words : Argo Parahyangan, Service Quality, Competitive Advantage, Five Dimensions of Service Quality, Three Dimensions of Competitive Advantage.

ABSTRAK

PT. Kereta Api Indonesia sebagai perusahaan pelayanan publik penyedia jasa transportasi kereta api turut terkena imbas goncangan perekonomian. Dalam kondisi persaingan bisnis transportasi yang sangat ketat, mempertahankan kepuasan pelanggan merupakan salah satu cara untuk mempertahankan eksistensi perusahaan. Maka dari itu, PT. Kereta Api Indonesia perlu memikirkan dan menentukan langkah yang tepat dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan. Kereta Api Argo Parahyangan merupakan salah satu kereta api penumpang andalan PT. Kereta Api Indonesia yang beroperasi di daerah operasi I dan II (Bandung dan Jakarta) telah mengalami penurunan persentase jumlah penumpang dalam beberapa tahun belakangan ini.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kepuasan konsumen dalam kualitas jasa Kereta Api Argo Parahyangan saat ini, serta mengetahui apakah terdapat pengaruh kualitas layanan pada keunggulan bersaing yang dimiliki oleh PT. KAI. Dalam penelitian ini terdapat 5 dimensi dalam variabel kualitas layanan dan 3 dimensi dalam variabel keunggulan bersaing. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 200 responden. Pengolahan data menggunakan perangkat lunak SPSS versi 16 dan pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi sederhana.

Dari penelitian yang telah di laksanakan, hasil kesimpulan yang dapat di ambil adalah adanya pengaruh yang sangat kecil antara kualitas layanan dan keunggulan bersaing PT. KAI dengan nilai $\text{sig} = 0.182 > 0.05$ yang menunjukan kualitas layanan tidak berpengaruh pada keunggulan bersaing. maka didapat kesimpulan bahwa tidak terdapatnya pengaruh antara kualitas layanan pada keunggulan bersaing di PT. KAI.

Kata-kata kunci: Argo Parahyangan, Kualitas Layanan, Keunggulan Bersaing, Lima Dimensi Kualitas Layanan, Tiga Dimensi Keunggulan Bersaing

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN PENELITIAN TIDAK MENGGUNAKAN PERUSAHAAN.....	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRACT	ix
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI	xi

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	3
1.3. Tujuan Penelitian	4
1.4. Kegunaan Penelitian.....	4

BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1. Pengertian Jasa	5
2.1.1. Karakteristik Jasa	5

2.1.2. Klasifikasi Jasa	7
2.1.3. Kualitas Jasa	8
2.2. Kualitas Pelayanan.....	9
2.2.1. Pengertian Kualitas Jasa	9
2.2.2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Layanan	11
2.3. Keunggulan Bersaing.....	13
2.4. Kerangka Teoritis	16
2.5. Rerangka Pemikiran	19
2.6. Pengembangan Hipotesis	20
2.7. Model Penelitian	21

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian	22
3.2. Populasi dan Sampel	22
3.3. Operasional Variable	23
3.4. Metode Pengumpulan Data	27
3.5. Desain Data Analisis	27
3.6. Pengujian Validitas dan Reliabilitas	28
3.6.1. Uji Validitas	28
3.6.2. Uji Reliabilitas	28
3.7. Uji Asumsi Klasik	29
3.7.1. Uji Normalitas	29
3.7.2. Uji Heterokedastisitas	29
3.8. Metode Analisis Data	30

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Analisis Deskriptif dan Penelitian	32
4.1.1. Variabel Kualitas Pelayanan (X)	32
4.1.1.1. Sub Variabel Tangibles	32
4.1.1.2. Sub Variabel Reliability	34
4.1.1.3. Sub Variabel Responsiveness	38
4.1.1.4. Sub Variabel Assurance	40
4.1.1.5. Sub Variabel Emphaty	41
4.1.2. Variable Keunggulan Bersaing	43
4.1.2.1. Variable Low Cost Strategy	43
4.1.2.2. Sub Variabel Differentiation	44
4.1.2.3. Variabel Focus Strategy	48
4.2. Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas	50
4.2.1 Uji Validitas	50
4.2.2. Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian	51
4.2.3. Uji Reliabilitas Variable Kualitas Pelayanan (X)	51
4.2.4. Uji Reliabilitas Sub Variabel Keunggulan Bersaing (Y)	52
4.3.1. Uji Asumsi Klasik	53
4.3.1.1. Uji Normalitas Data	53
4.3.1.2. Uji Heterokedatisitas	54
4.3.2. Regresi Linier Sederhana	55
4.3.3. Analisis Koefisien Determinasi	57
4.3.4.1. Uji Hipotesis	58

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan	59
5.2. Saran	60
5.2.1. Implikasi Kebijakan	60
5.2.2. Saran Penelitian Yang Akan Datang	61
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN	65
CURRICULUM VITAE PENELITI	111

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1	Rerangka Teoritis.....	16
Gambar 2	Rerangka Pemikiran	19
Gambar 3	Hipotesis Penelitian	21
Gambar 4	Hasil Uji Heterokedastisitas	54

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel I	Definisi Operasional Variabel 25
Tabel II	Persepsi Respondrn Tentang Pertanyaan Tangible 1 33
Tabel III	Persepsi Respondrn Tentang Pertanyaan Tangible 2 34
Tabel IV	Persepsi Respondrn Tentang Pertanyaan Reliability 1 35
Tabel V	Persepsi Respondrn Tentang Pertanyaan Reliability 2 36
Tabel VI	Persepsi Respondrn Tentang Pertanyaan Reliability 3 37
Tabel VII	Persepsi Respondrn Tentang Pertanyaan responsiveness 1 38
Tabel VIII	Persepsi Respondrn Tentang Pertanyaan responsiveness 2 39
Tabel IX	Persepsi Respondrn Tentang Pertanyaan Assurance 1 40
Tabel X	Persepsi Respondrn Tentang Pertanyaan Assurance 2 41
Tabel XI	Persepsi Respondrn Tentang Pertanyaan Emphaty 42
Tabel XII	Persepsi Respondrn Tentang Pertanyaan Low Cost Strategy 44
Tabel XIII	Persepsi Respondrn Tentang Pertanyaan Differentiation 1 45
Tabel XIV	Persepsi Respondrn Tentang Pertanyaan Differentiation 2 46
Tabel XV	Persepsi Respondrn Tentang Pertanyaan Differentiation 3 47
Tabel XVI	Persepsi Respondrn Tentang Pertanyaan Focus Strategy 1 48
Tabel XVII	Persepsi Respondrn Tentang Pertanyaan Focus Strategy 2 49
Tabel XVIII	Hasil Uji Validitas 50
Tabel XIX	Hasil Uji Reliabilitas Variable X 51
Tabel XX	Hasil Uji Reliabilitas Variable Y 52

Tabel XXI	Hasil Uji Normalitas	53
Tabel XXII	Hasil Uji Nilai Koefisien Determinasi	56
Tabel XXIII	Analisis Koefisien Determinasi	57
Tabel XXIV	Pengujian Hipotesis	58