

# Pengukuran dan analisis kepuasan pelanggan PT. KAI untuk kereta jenis argo

Ade Supriyatna, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20247588&lokasi=lokal>

---

## Abstrak

**ABSTRAK**

Kepuasan pelanggan merupakan kunci keberhasilan perusahaan untuk tetap bertahan dan memenangkan persaingan yang semakin ketat. Pelanggan adalah semua orang yang menuntut suatu perusahaan untuk memenuhi suatu standar kualitas tertentu, dan karena itu akan memberikan pengaruh pada performansi (performance) perusahaan tersebut. Kepuasan pelanggan adalah perasaan pelanggan terhadap satu jenis pelayanan yang didapatkannya.

Pengukuran terhadap kepuasan pelanggan mutlak dilakukan untuk memberikan kepada suatu perusahaan indikasi akurat terhadap 'keadaan' proses bisnis mereka dan produk atau pelayanan yang dihasilkan dari proses bisnis tersebut.

Dalam skripsi ini dilakukan pengukuran dan analisis kepuasan pelanggan PT Kerata Api Indonesia (PT KAI) untuk kereta jenis Argo. Penelitian dilakukan dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data dan perhitungan statistik (dengan bantuan SPSS 9.0) untuk pengolahan data.

Dari perhitungan distribusi kepuasan pelanggan dan perhitungan korelasi antar dimensi dengan kepuasan menyeluruh terdapat ketimpangan antara kinerja PT KAI dengan yang sebenarnya diinginkan pelanggan untuk ditingkatkan. Dari tiga aspek yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan hanya dimensi profesionalisme saja yang mendapat nilai di atas 3 yaitu 3.1453. Dimensi tingkat harga bernilai 2.8462 dan ketepatan waktu bernilai 2.6709 yang merupakan nilai terburuk di antara seluruh dimensi kepuasan pelanggan. Prioritas perbaikan pelayanan harus diarahkan pada ketiga dimensi ini.

Namun demikian pada pengukuran terhadap pengendalian pelayanan terhadap dimensi profesionalism, timeliness, dan price menunjukkan hasil yang masih dalam batas kendali. Kemudian pelanggan masih menganggap PT KAI (kereta Argo) memberikan nilai lebih dibanding transportasi massa lainnya.

PT KAI berhasil meraih nilai pelanggan (customer value) terhadap fasilitas, pelayanan, dan tingkat harga kereta api karena strategi yang tepat dari PT KAI

dalam pengembangan konsep KA argo yang terencana dan mempertimbangkan potensi pasar. Dengan kata lain PT KAI cukup jeli untuk bermain di wilayah strategis dengan memberikan produk yang seimbang dengan target sasaran.