



**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN  
(Studi Pada Pelanggan PT Kereta Api Indonesia DAOP IV Semarang)**

**SKRIPSI**

**Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan**

**Pendidikan Strata 1**

**Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Universitas Diponegoro**

**Penyusun**

**Akhmad Fauzi Fachreza**

**14020215130143**

**DEPARTEMEN ADMINISTRASI BISNIS  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG**

**2020**

## **SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI)**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

1. Nama Lengkap : Akhmad Fauzi Fachreza
2. Nomor Induk Mahasiswa : 14020215130143
3. Tempat / Tanggal Lahir : Bogor, 29 Desember 1995
4. Jurusan / Program Studi : Administrasi Bisnis
5. Alamat : Jl. Nangka Gg. HM Rais No. 20 Sukamaju  
Baru, Tapos, Depok, Jawa Barat

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah (Skripsi / TA ) yang saya tulis dengan judul :

**Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan (Studi Pada Pelanggan PT Kereta Api Indonesia DAOP IV Semarang)** adalah benar-benar **Hasil Karya Ilmiah Tulisan Saya Sendiri**, bukan hasil karya ilmiah orang lain atau jiplakan karya ilmiah orang lain.

Apabila dikemudian hari ternyata karya ilmiah yang saya tulis itu terbukti bukan hasil karya ilmiah saya sendiri atau hasil jiplakan karya orang lain, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan hasil karya ilmiah saya dengan seluruh implikasinya, sebagai akibat kecurangan yang saya lakukan.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dengan penuh kesadaran serta tanggung jawab.

Semarang, Maret 2020

Pembuat Pernyataan,

Akhmad Fauzi Fachreza

NIM: 14020215130143

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : **Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan (Studi Pada Pelanggan PT Kereta Api Indonesia DAOP IV Semarang)**

Nama Penyusun : Akhmad Fauzi Fachreza

NIM : 14020215130143

Departemen : Administrasi Bisnis

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata I

Semarang, Maret 2020

Dekan



Dr. Drs. Hardi Warsono, M.T.P

NIP. 19640827 199001 1 001

Wakil Dekan I



Dr. Drs. Teguh Yuwono, M.Pol.Admin

NIP. 19690822 199403 1 003

### Dosen Pembimbing

1. Widayanto, S.Sos, M.Si

  
(.....)

### Dosen Penguji

1. Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos., M.Si

  
(.....)

2. Dinalestari Purbawati, SE., M.Si., Ak

  
(.....)

3. Widayanto, S.Sos, M.Si

  
(.....)

## **MOTTO**

*“I walk slowly, but I never walk backward”*

*-Abraham Lincoln-*

*“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”*

*-Al-Baqarah: 286-*

## PERSEMBAHAN

Atas berkat rahmat Allah SWT skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Ayah Edi Sofyan dan Ibu Eka Nawasasi Sri Wahyuni yang selalu memberikan doa, kasih sayang, dukungan, motivasi, serta dana bagi penulis
2. Adik saya Akhmad Fanni Fansyuri dan seluruh keluarga yang selalu memberikan *support* dan doa
3. Clara Dea A.S. teman hidup yang selalu menemani dan saling memberi dukungan agar segala hal baik dapat dicapai bersama-sama
4. Sahabat kontrakan dan teman perkuliahan yang selayaknya mahasiswa: Faris, Septian, Iliyin, Dimas, Ray, Adit, Ari, Mim, Kong, Fathi, Faizal, Hilmy, Danang, Ardien, Ardy, Labib, dan semuanya
5. Teman-teman seperbimbingan: Cezzare, Sefi, Adila, Kiky, dan Widya yang telah saling membantu dan saling menyemangati
6. Keluarga Administrasi Bisnis angkatan 2015 yang bersama-sama mengarungi perkuliahan ini
7. Keluarga Nipam “Niaga Pecinta Alam” untuk segala pengalaman dan pembelajaran baru
8. BPH Teka Administrasi Bisnis 2016 untuk segala pengalaman dan pembelajaran baru
9. Teman-teman KKN Desa Bejilor, Kec. Suruh, Kab. Semarang segala pengalaman dan pembelajaran baru

## **Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan**

### **Abstraksi**

Saat ini masyarakat semakin memerlukan jasa transportasi yang dapat mengantarkan ke tempat yang relatif jauh tetapi memakan waktu yang sedikit. Salah satu alternatifnya yaitu jasa kereta api. Kereta Api Menoreh adalah kereta api kelas ekonomi di DAOP IV Semarang yang telah mengalami peremajaan dan dikenal sebagai *Ekonomi New Image*. Kereta Api Menoreh ini diharapkan dapat memberikan kenyamanan yang nantinya akan meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Namun masih terdapat masalah yang membuat belum dapat terciptanya pelanggan yang loyal. Tipe penelitian ini adalah *explanatory research*, dengan menggunakan kuesioner sebagai metode pengumpulan data. Metode penelitian yang digunakan yaitu teknik *Non Probability Sampling* dengan metode *Purposive Sampling* dan *Accidental Sampling*. Sampel yang dikumpulkan sebanyak 100 responden pelanggan Kereta Api Menoreh yang dipilih berdasarkan pertimbangan. Penelitian menggunakan teknik analisis *Partial Least Square*, yang diestimasi dengan program WarpPLS 6.0.

Hasil analisis dengan WarpPLS menjelaskan bahwa pada hasil uji pengaruh langsung pada model penelitian yaitu pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan menunjukkan hasil positif dan signifikan, pengaruh harga terhadap kepuasan menunjukkan hasil positif dan signifikan, pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan menunjukkan hasil positif dan signifikan, pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan menunjukkan hasil positif dan signifikan, pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pelanggan menunjukkan hasil positif dan signifikan. Uji pengaruh tidak langsung pada model penelitian yaitu pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan menunjukkan hasil positif dan signifikan, pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan menunjukkan hasil positif dan signifikan. Disarankan kepada pihak PT. KAI DAOP IV Semarang berdasarkan nilai rekapitulasi yang berada dibawah rata-rata yang diberikan responden pada indikator penilaian, yaitu meningkatkan daya saing harga tiket, menambah program pelatihan, sertifikasi, dan *briefing* yang lebih matang untuk memberikan layanan prima mulai dari diberangkatkan sampai dengan sampai tujuan, terus memberikan edukasi pelanggan mengenai kualitas produk dan jasa, mengoptimalkan kualitas produk dan layanan, dan mengevaluasi kinerja agar dapat mempertahankan pelanggan.

**Kata Kunci: Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan, Loyalitas Pelanggan**

## ***Effect of Price and Service Quality on Customer Loyalty Through Satisfaction***

### **Abstract**

*People nowadays increasingly require transportation services that can deliver to relatively distant places but take less time. One of the alternative is the train. Menoreh Train is an economy class train in DAOP IV Semarang which has been rejuvenated and is known as the Economy New Image. Menoreh Train is expected to provide comfort that will later increase customer satisfaction and loyalty. But there are still problems that customer loyalty has not been created. This type of research is explanatory research, using a questionnaire as a method of data collection. The research method used is the Non Probability Sampling technique with Purposive Sampling and Accidental Sampling methods. Samples collected by 100 respondents of Menoreh Train is selected based on consideration. The study uses a Partial Least Square analysis technique, which is estimated with the WarpPLS 6.0 program.*

*The results of the analysis by WarpPLS explain that the test results of the direct influence on the research model are the effect of prices on customer loyalty shows positive and significant results, the effect of prices on satisfaction shows positive and significant results, the effect of service quality on satisfaction shows positive and significant results, the influence of service quality on customer loyalty shows positive and significant results, the effect of satisfaction on customer loyalty shows positive and significant results. Test the indirect effect of the research model that is the effect of prices on customer loyalty through satisfaction shows positive and significant results, the effect of service quality on customer loyalty through satisfaction shows positive and significant results. There is advice to PT. KAI DAOP IV Semarang based on the lowest recapitulation value given by respondents to the assessment indicators, namely increase ticket price competitiveness, add training programs, certifications, and more mature briefings to provide excellent service starting from the dispatch to the destination, continues to educate customers about quality product and services, optimize product and service quality, and evaluating performance in order to retain customers.*

***Keyword: Price, Service Quality, Satisfaction, Customer Loyalty***

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas limpahan berkat, rahmat, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik sebagai salah satu syarat untuk memenuhi Pendidikan Strata 1 Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro.

Saya sadar bahwa penulisan skripsi dengan judul **“Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan (Studi Pada Pelanggan PT Kereta Api Indonesia DAOP IV Semarang)”** tidak lepas dari adanya kerjasama dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dengan segenap kerendahan hati, pada kesempatan ini saya mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung saya dalam proses penyelesaian penelitian ini.

Pada kesempatan ini, saya juga ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah memberikan bantuan, saran, dan kritik serta doa sehingga penelitian ini dapat berjalan dengan lancar dan dapat diselesaikan dengan baik, khususnya kepada:

1. Dr. Drs. Hardi Warsono, MTP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi
2. Bulan Prabawani, S.Sos., MM., Ph.D. selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi dan membantu selama masa perkuliahan
3. Widayanto, S.Sos, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dalam menyusun skripsi ini
4. Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos., M.Si selaku dosen penguji yang telah memberikan kritikan dan saran yang membangun dalam penulisan skripsi
5. Dinalestari Purbawati, SE., M.Si., Ak selaku dosen wali yang telah membantu penulis selama masa perkuliahan
6. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, khususnya dosen Departemen Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama proses perkuliahan



7. Manager Angkutan Penumpang dan seluruh keryawan PT KAI DAOP IV Semarang yang telah membantu dalam penyusunan skripsi
8. Semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung yang telah membantu dan tidak dapat penulis sebutkan satu persatu

Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu kritik dan saran konstruktif sangat penulis harapkan guna tercapainya hasil yang bermanfaat bagi banyak pihak. Semoga skripsi ini memberikan manfaat nyata bagi kemajuan bersama.

Semarang, Maret 2020  
Penyusun

Akhmad Fauzi Fachreza  
NIM. 14020215130143

## DAFTAR ISI

<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>MOTTO.....</b>	<b>iv</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAKSI.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.5 Kerangka Teori.....	12
1.5.1 Perilaku Konsumen.....	12
1.5.2 Manajemen Pemasaran.....	16
1.5.3 Jasa.....	17
1.5.4 Karakteristik Jasa.....	18
1.5.5 Pemasaran Jasa.....	20
1.5.6 Bauran Pemasaran Jasa.....	21
1.5.7 Harga.....	23
1.5.8 Kualitas Pelayanan.....	31
1.5.9 Kepuasan.....	34
1.5.10 Loyalitas Pelanggan.....	37
1.5.11 Kajian Empiris.....	40
1.5.12 Pengaruh Antar Variabel.....	43
1.5.12.1 Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan.....	43
1.5.12.2 Pengaruh Harga terhadap Kepuasan.....	44
1.5.12.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan.....	44
1.5.12.4 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	45
1.5.12.5 Pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	46
1.5.12.6 Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan.....	46
1.6 Hipotesis.....	47
1.7 Definisi Konsep.....	48
1.7.1 Harga.....	48
1.7.2 Kualitas Pelayanan.....	48
1.7.3 Kepuasan.....	49
1.7.4 Loyalitas Pelanggan.....	49
1.8 Definisi Operasional.....	49
1.8.1 Harga.....	49
1.8.2 Kualitas Pelayanan.....	49

1.8.3	Kepuasan.....	51
1.8.4	Loyalitas Pelanggan.....	52
1.9	Metode Penelitian.....	52
1.9.1	Tipe Penelitian.....	52
1.9.2	Unit Analisis.....	53
1.9.3	Populasi dan Sampel.....	53
1.9.4	Teknik Pengambilan Sampel.....	54
1.9.5	Jenis dan Sumber Data.....	56
1.9.6	Skala Pengukuran.....	57
1.9.7	Teknik Pengumpulan Data.....	58
1.9.8	Teknik Pengolahan Data.....	59
1.9.9	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	60
1.9.10	Teknik Analisis.....	62
<b>BAB II</b>	<b>GAMBARAN UMUM PT. KERETA API INDONESIA (KAI) PERSERO DAN IDENTITAS RESPONDEN.....</b>	<b>71</b>
2.1	Sejarah Perusahaan .....	71
2.2	Visi & Misi Perusahaan.....	73
2.3	Logo PT. Kereta Api Indonesia (KAI) Persero.....	73
2.4	Struktur Organisasi & Deskripsi Pekerjaan PT. KAI DAOP IV Semarang.....	75
2.5	Nilai-Nilai Perusahaan.....	82
2.6	Produk & Layanan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) DAOP IV Semarang.....	83
2.7	Identitas Responden.....	85
2.5.1	Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	86
2.5.2	Identitas Responden Berdasarkan Usia.....	87
2.5.3	Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	88
2.5.4	Identitas Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	88
2.5.5	Identitas Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan.....	89
2.5.6	Identitas Responden Berdasarkan Asal Kota.....	90
2.5.7	Identitas Responden Berdasarkan Jumlah Menggunakan Jasa.....	91
2.5.8	Identitas Responden Berdasarkan Keperluan Menggunakan Jasa....	90
<b>BAB III</b>	<b>PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN.....</b>	<b>93</b>
3.1	Evaluasi Outer Model ( <i>Measurement Model</i> ).....	93
3.1.1	Validitas Konvergen ( <i>Convergent Validity</i> ).....	93
3.1.2	Validitas Diskriminan ( <i>Discriminant Validity</i> ) .....	95
3.1.3	Validitas Konvergen ( <i>Convergent Validity</i> ) Setelah Beberapa Indikator Dihapuskan.....	97
3.1.4	Validitas Diskriminan ( <i>Discriminant Validity</i> ) Setelah Beberapa Indikator Dihapuskan.....	100
3.1.5	Uji Reliabilitas.....	101
3.2	Persepsi Responden Mengenai Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan, dan Loyalitas Pelanggan.....	101

3.2.1	Persepsi Responden Mengenai Harga.....	102
3.2.2	Persepsi Responden Mengenai Kualitas Pelayanan.....	106
3.2.3	Persepsi Responden Mengenai Kepuasan.....	122
3.2.4	Persepsi Responden Mengenai Loyalitas Pelanggan.....	127
3.3	Pengujian Model Struktural (Inner Model).....	132
3.3.1	Koefisien Determinasi ( <i>R-square</i> ).....	132
3.3.2	Relevansi Prediktif ( <i>Q-square</i> ).....	133
3.3.3	Ukuran Efek ( <i>F-square effect size</i> ).....	133
3.4	Uji Hipotesis.....	134
3.4.1	Uji Pengaruh Langsung ( <i>Direct Effect</i> ) .....	136
3.4.2	Uji Pengaruh Tidak Langsung ( <i>Indirect Effect</i> ).....	137
3.5	Metode Fit Indices and P values.....	139
3.6	Pembahasan Hasil Penelitian.....	139
<b>BAB IV</b>	<b>PENUTUP</b> .....	146
4.1	Kesimpulan.....	146
4.2	Saran.....	147
	<b>Daftar Pustaka</b> .....	150
	<b>LAMPIRAN</b> .....	153

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Penumpang KA Menoreh dari Tahun 2014-2018.....	2
Tabel 1.2	Pra Survey Masalah Setelah Menggunakan Kereta Api Menoreh....	5
Tabel 1.3	Harga Tiket Kereta Api Ekonomi di DAOP IV Semarang.....	7
Tabel 1.4	Kajian Empiris.....	41
Tabel 1.5	Parameter Uji Validitas dalam Model <i>Partial Least Square</i> (PLS)..	61
Tabel 1.6	Parameter Uji Reliabilitas dalam Model <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	62
Tabel 2.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	86
Tabel 2.2	Responden Berdasarkan Usia.....	87
Tabel 2.3	Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	88
Tabel 2.4	Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	89
Tabel 2.5	Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan.....	89
Tabel 2.6	Responden Berdasarkan Asal Kota.....	90
Tabel 2.7	Responden Berdasarkan Jumlah Menggunakan Jasa.....	91
Tabel 2.8	Responden Berdasarkan Keperluan Menggunakan Jasa.....	92
Tabel 3.1	<i>Output Combined Loading and Cross Loading</i> Hasil Uji <i>Convergent Validity</i> .....	94
Tabel 3.2	<i>Output Latent Variable Coefficients</i> .....	95
Tabel 3.3	<i>Output Combined Loading and Cross Loading</i> Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i> .....	96
Tabel 3.4	<i>Output Combined Loading and Cross Loading</i> Hasil Uji <i>Convergent Validity</i> Setelah Beberapa Indikator Dihapuskan.....	97
Tabel 3.5	<i>Output Combined Loading and Cross Loading</i> Hasil Uji <i>Convergent Validity</i> Setelah Beberapa Indikator Dihapuskan.....	98
Tabel 3.6	<i>Output Latent Variable Coefficients</i> Setelah Beberapa Indikator Dihapuskan.....	99
Tabel 3.7	<i>Output Combined Loading and Cross Loading</i> Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i> Setelah Beberapa Indikator Dihapuskan.....	100
Tabel 3.8	<i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i> .....	101
Tabel 3.9	Persepsi Responden Mengenai Keterjangkauan Harga Tiket.....	102
Tabel 3.10	Persepsi Responden Mengenai Daya Saing Harga Tiket.....	103
Tabel 3.11	Persepsi Responden Mengenai Harga Tiket Dengan Kualitas Produk dan Layanan.....	103
Tabel 3.12	Persepsi Responden Mengenai Harga Tiket Manfaat Produk dan Layanan.....	104
Tabel 3.13	Rekapitulasi Responden Variabel Harga.....	105
Tabel 3.14	Persepsi Responden Mengenai Kondisi Gerbong.....	106
Tabel 3.15	Persepsi Responden Mengenai Kondisi Toilet.....	107
Tabel 3.16	Persepsi Responden Mengenai Kondisi Tempat Duduk/Kursi.....	108
Tabel 3.17	Persepsi Responden Mengenai Kondisi Kabin/Bagasi.....	108
Tabel 3.18	Persepsi Responden Mengenai Kondisi AC.....	119
Tabel 3.19	Persepsi Responden Mengenai Kondisi Stop Kontak.....	110
Tabel 3.20	Persepsi Responden Mengenai Penampilan Kru/Petugas.....	110
Tabel 3.21	Persepsi Responden Mengenai Sikap Kru/Petugas Dalam	

	Memberikan Layanan yang Cepat.....	111
Tabel 3.22	Persepsi Responden Mengenai Sikap Kru/Petugas Dalam Membantu Kesulitan/Keluhan.....	112
Tabel 3.23	Persepsi Responden Mengenai Keluangan Waktu Kru/Petugas Dalam Menanggapi Permintaan Penumpang.....	112
Tabel 3.24	Persepsi Responden Mengenai Kompetensi Kru/Petugas Dalam Menjamin Kenyamanan Saat Berangkat.....	113
Tabel 3.25	Persepsi Responden Mengenai Kompetensi Kru/Petugas Dalam Menjamin Kenyamanan Saat Kedatangan/Sampai Tujuan.....	114
Tabel 3.26	Persepsi Responden Mengenai Etika Kru/Petugas Dalam Melayani Penumpang Selama Perjalanan.....	115
Tabel 3.27	Persepsi Responden Mengenai Kredibilitas Kru/Petugas Dalam Keamanan dan Keselamatan Selama Perjalanan.....	116
Tabel 3.28	Persepsi Responden Mengenai Perhatian Secara Umum Kru/Petugas Kepada Penumpang.....	117
Tabel 3.29	Persepsi Responden Mengenai Perhatian Secara Personal Kru/Petugas Kepada Penumpang.....	117
Tabel 3.30	Persepsi Responden Mengenai Pemahaman Kru/Petugas Akan Kebutuhan Penumpang.....	118
Tabel 3.31	Persepsi Responden Mengenai Jam Operasional Keberangkatan dan Sampai Tujuan Dengan Kesibukan Penumpang.....	119
Tabel 3.32	Rekapitulasi Responden Variabel Kualitas Pelayanan.....	120
Tabel 3.33	Persepsi Responden Mengenai Keseluruhan Jenis Layanan Yang Dirasakan Dengan Kebutuhan Penumpang.....	123
Tabel 3.34	Persepsi Responden Mengenai Pelayanan Yang Dirasakan Dengan Harapan Penumpang.....	124
Tabel 3.35	Persepsi Responden Mengenai Terpenuhinya Kebutuhan Dengan Harapan Penumpang.....	124
Tabel 3.36	Persepsi Responden Mengenai Memberikan Komentar Baik Atas Jasa Yang Dirasakan Kepada Orang Lain.....	125
Tabel 3.37	Rekapitulasi Responden Kepuasan.....	126
Tabel 3.38	Persepsi Responden Mengenai Pembelian Ulang Jasa.....	127
Tabel 3.39	Persepsi Responden Mengenai Rekomendasi Jasa Kepada Orang Lain.....	128
Tabel 3.40	Persepsi Responden Mengenai Wacana Menggunakan Layanan Kelas Lain/Perusahaan Lain.....	129
Tabel 3.41	Persepsi Responden Mengenai Keyakinan Terhadap Jasa.....	130
Tabel 3.42	Rekapitulasi Responden Loyalitas Pelanggan.....	131
Tabel 3.43	<i>R-Squared</i> .....	132
Tabel 3.44	<i>Q-Squared</i> .....	133
Tabel 3.45	<i>Effect Size for Path Coefficients</i> .....	134
Tabel 3.46	<i>Direct Effect</i> pada <i>Output Path Coefficient</i> .....	136
Tabel 3.47	<i>P Values</i> .....	136
Tabel 3.48	<i>Indirect Effect for Paths With 2 Segment</i> dan <i>p values</i> .....	137
Tabel 3.49	Perhitungan Metode VAF.....	138
Tabel 3.50	<i>General SEM Analysis Result</i> .....	139

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Interior Kereta Api Menoreh.....	2
Gambar 1.2	Model Hipotesis.....	48
Gambar 1.3	Skala <i>Rating Scale</i> .....	58
Gambar 1.4	Diagram Jalur.....	66
Gambar 2.1	Peta Pemasaran.....	76
Gambar 2.2	Struktur Organisasi PT. Kereta Api Indonesia DAOP IV.....	77
Gambar 2.6	Nilai Perusahaan PT. Kereta Api Indonesia (Persero).....	82
Gambar 3.1	Diagram <i>Path Analysis Model</i> .....	135

