

ABSTRAK

Berdasarkan dari permasalahan yang dihadapi PT. Kereta Api (persero) Daop II Bandung dalam memasarkan jasa angkutan penumpangnya, yaitu jumlah penumpang Kereta Api Argo Parahyangan jurusan Bandung – Jakarta selalu turun dari tahun ketahun, serta persaingan moda angkutan lain dengan tujuan angkutan yang sama, maka salah satu cara agar perusahaan tampil kompetitif. Dengan kondisi tersebut manajemen PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daop II Bandung diharapkan lebih memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan agar dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Kualitas Pelayanan yang terdiri dari *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, dan *tangibles* yang dikemukakan oleh Zeithaml, et al dan teori kepuasan konsumen yang dikemukakan oleh Lovelock & Wirtz. Teori ini digunakan untuk melihat bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan dan bagaimana pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen di Kereta Api Argo Parahyangan. Populasi dalam penelitian ini adalah para pengguna jasa Kereta Api Argo Parahyangan. Jumlah sampel yang ditetapkan sebanyak sebanyak 100 responden. Sedangkan analisis menggunakan metode IPA (*Importance Performance Analysis*).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat persepsi kualitas pelayanan memiliki nilai yang baik sebesar 74.12%. Sedangkan tingkat ekspektasi kualitas layanan memiliki nilai sebesar 74.11%. Berdasarkan penelitian dan hasil perhitungan dengan menggunakan metode IPA (*Importance Performance Analysis*) juga berdasarkan diagram kartesius bahwa atribut-atribut yang berada pada kuadran I, dimana dalam kuadran ini penanganannya perlu diprioritaskan oleh perusahaan, karena keberadaan faktor-faktor inilah yang dinilai sangat penting oleh pelanggan, sedangkan tingkat pelaksanaannya masih belum memuaskan. Adapun atribut yang berada pada kuadran I adalah Sub Variabel *Responsiveness*.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan (*reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, dan *tangibles*)

ABSTRACT

Based on the problems faced by PT . Kereta Api (Persero) Daop II Bandung in passenger transport services market transport services, occupants which is the number of train passengers Argo Parahyangan of Bandung to Jakarta is always experience a decrease in the number of passengers, competition with the aim of transport modes of transport other the same, then one of a way to make companies perform competitive With that condition, management of PT.KAI (persero) Daop II Bandung is expected to pay more attention to the quality of services provided to increase customer satisfaction.

The theory used in this study is a theory which consists of the quality of service reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangibles proposed by Zeithaml, at all and customer satisfaction theory proposed by Lovelock & Wirtz. This theory is used to see how the quality of services provided and how it affects customer satisfaction in Argo Railroad Parahyangan. The Population in this study is that passengger from Argo Parahyangan Railways. Defined as the number of samples of 100 respondents. While the analysis using IPA(Importance Performance Analysis) method .

The results showed that the variable quality perceived level of service quality has a good value at 74.12 % . While the level of expectations of service quality has a value of 74.11 %Based on the research and the results of calculations using the IPA (Importance Performance Analysis) method is also based on the Cartesian diagram that the attributes that are in quadrant I, which in this quadrant handling needs to be prioritized by the company, because of the existence of these factors were considered very important by the customer , whereas the rate of implementation is still not satisfactory. The attributes are in quadrant I is sub variable Responsiveness.

Keywords: Service Quality (reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangibles