

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh dimensi kualitas layanan diantaranya Bukti Fisik, Keandalan, Jaminan, Daya Tanggap, dan Empati terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Kereta Api Indonesia Persero Daop 8 Surabaya.

Populasi dalam penelitian ini adalah para pengguna jasa PT Kereta Api Indonesia Persero Daop 8 Surabaya. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *non probability sampling* dan berdasarkan kriteria yang telah ditentukan maka diperoleh sampel sebanyak 100 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan alat bantu aplikasi SPSS (*Statistical Product and Services Solutions*).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Keandalan dan Empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan karena nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Sedangkan variabel Bukti Fisik, Jaminan, dan Empati tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata kunci : bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan kepuasan pelanggan



ABSTRACT

This research is aimed to examine the influence of the dimension of service quality i.e. tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy to the customer satisfaction of PT Kereta Api Indonesia Persero Daop 8 Surabaya.

The population in this research is all service-users of PT Kereta Api Indonesia Persero Daop 8 Surabaya. The sample collection method has been carried out by using non probability sampling technique and based on the predetermined criteria, 100 respondents have been selected as samples. The data analysis technique method has been carried out by using multiple linear regressions analysis with the assistance of SPSS (Statistical Product and Services Solutions) application.

The result of the research shows that reliability and empathy give positive and significant influence to the customer satisfaction due to the value of t-count is larger than the value of t-table and its significancy value is smaller than 0.05. Meanwhile, the variables i.e. tangibles, assurance, and empathy does give any significant influence to the customer satisfaction

Keywords: tangibles, reliability, responsiveness, assurance, empathy, customer satisfaction

