

**KEPUASAN PELANGGAN DAN PRICE ACCEPTANCE
(STUDI PADA PENUMPANG KERETA API EKSEKUTIF LODAYA
MALAM DI YOGYAKARTA)**

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pada
Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah
Yogyakarta



Disusun oleh :

FENDI HUSNAN AINI
20020410019

**FAKULTAS EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2007

SKRIPSI

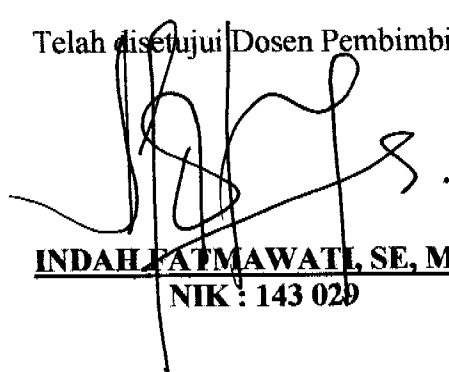
**KEPUASAN PELANGGAN DAN *PRICE ACCEPTANCE*
(STUDI PADA PENUMPANG KERETA API EKSEKUTIF LODAYA
MALAM DI YOGYAKARTA)**

Diajukan oleh :

**FENDI HUSNAN AINI
20020410019**

Yogyakarta, 05 Desember 2006

Telah disetujui Dosen Pembimbing


**INDAH FATMAWATI, SE, M.Si
NIK : 143 020**

SKRIPSI
KEPUASAN PELANGGAN DAN *PRICE ACCEPTANCE*
(STUDI PADA PENUMPANG KERETA API EKSEKUTIF LODAYA
MALAM DI YOGYAKARTA)

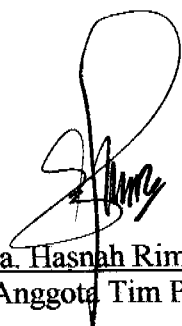
Diajukan oleh
FENDI HUSNAN AINI
20020410019

Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan
Dewan Penguji Program Studi Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah
Yogyakarta

Tanggal, 27 Desember 2006

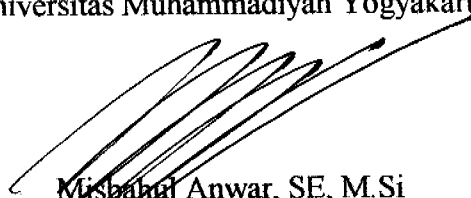
Yang terdiri dari:


Misbahul Anwar, SE, M.Si
Ketua Tim Penguji


Dra. Hasnah Rimiati, M.Si
Anggota Tim Penguji


Fauziah, SE, M.Si
Anggota Tim Penguji

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta


Misbahul Anwar, SE, M.Si
NIK: 143014

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di perguruan tinggi, dan sepanjang sepengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 03 Januari 2007

Fendi Hushan Aini

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji Syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan kenikmatan yang tidak dapat dihitung secara matematis, baik kenikmatan jasmani maupun kenikmatan rohani sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.

Sholawat serta salam semoga sampai pada Nabi Besar Muhammad SAW. Beliau adalah sebagai nabi akhiruzzaman yang telah membawa kita kedalam tata kehidupan yang berberadapan.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat mendapatkan gelar kesarjanaan pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dengan judul skripsi ini adalah **KEPUASAN PELANGGAN DAN PRICE ACCEPTANCE (STUDI PADA PENUMPANG KERETA API EKSEKUTIF LODAYA MALAM DI YOGYAKARTA)**

Selanjutnya terima kasih peneliti ucapkan kepada :

1. Misbahul Anwar, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dan Ketua Tim Penguji.
2. Dra. Hasnah Rimiyati, M.Si, selaku Dosen Pembimbing Akademik dan Anggota Tim Penguji.
3. Indah Fatmawati, SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang dengan sabar dan perhatian memberikan arahan, saran dan petunjuk kepada peneliti bagi kesempurnaan terselesainya skripsi ini.
4. Fauziah, SE, M.Si, selaku Anggota Tim Penguji.

5. Civitas akademika Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
6. Kedua orang tuaku yang telah memberi dukungan, do'a, moril juga materiil agar skripsi ini cepat selesai.
7. Buat kakakku, *Mba' Yanti + Mas Bayu, dan Mba' Nana + Mas Jayeng* – terima kasih atas dukungannya selama proses penyusunan skripsi.
8. Keponakanku – *Riska, Probo, dan Elvan* – Cepet gede, sekolah yang pinter dan jangan nakal ya.....
9. Penghuni Kos Bu Slamet – *Hendy, Hery, Eko, Anto, Beny, Anaz, Kipli, Ulung, Yoga, Idoz, dan Mbak Leni* – Makasih tlah memberikan kebahagiaann dan keceriaan slama ini.
10. Buat anak-ariak manajemen A 2002 – *Munir, Hery Ndut, Eko, Irvan,* dan temen-temen yang ga' bisa aku sebutin satu per satu, maaf ya....
11. "Kharisma"ku *R 6127 DD* – temen setiaku selama aku di Jogja.
12. Temen-temen seperjuanganku – *Nunu, Bembenk, Tri, dan Agung* – Good luck....
13. Buat sahabatku *Fery (akhire aku dadi Sarjana, he he....), Sukselah karo band-mu.*
14. Temen-temen keceriaan – *Acong, Juwanto, Anton, dan Doni* – Kapan nyusul kaya' si Bos dapat nilai A, he he...

Peneliti sadari bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan. Oleh sebab itu, peneliti minta kritikan yang membangun, sehingga skripsi ini mendekati kesempurnaan.

Akhirnya semoga skripsi ini bermanfaat bagi peneliti, khususnya dan masyarakat bagi umumnya. Amin.

Yogyakarta, 03 Januari 2007

Fendi Husnati Aini

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
INTISATI.....	xvi
ABSTRACT	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah.....	4
C. Rumusan Masalah	4
D. Tujuan Penelitian.....	5
E. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
A. Landasan Teori	9

1. Pengertian Kualitas	7
2. Perspektif Terhadap Kualitas	8
3. Kualitas Layanan.....	9
4. Dimensi Kualitas Pelayanan.....	10
5. Karakteristik Jasa	12
6. Pengertian Kepuasan Konsumen.....	13
7. Pengukuran Kepuasan Konsumen.....	19
8. Metode Pengukuran.....	21
9. Hubungan antara Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Konsumen.....	23
10. <i>Price Acceptance</i>	24
B. Penelitian Terdahulu.....	25
C. Hipotesis	26
D. Model Penelitian.....	29
BAB III METODA PENELITIAN	30
A. Jenis Penelitian	30
B. Subyek dan Obyek Penelitian.....	30
C. Populasi dan Sampel.....	30
D. Jenis Data.....	32
E. Teknik Pengumpulan Data.....	33
F. Definisi Operasional Variabel	33
G. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	36
H. Analisis Data.....	38

BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	44
A. Karakteristik Responden	44
B. Uji Kualitas Data	46
C. Uji Hipotesis	48
D. Pembahasan	52
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	55
A. Kesimpulan	55
B. Saran	56
C. Keterbatasan Penelitian	57
DAFTAR PUSTAKA	58
LAMPIRAN	60

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Karakteristik Responden	44
Tabel 4.2 Uji Validitas Variabel Independen dan Dependen	46
Tabel 4.3 Uji Reliabilitas Variabel Independen dan Dependen	47
Tabel 4.4 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Konsep Kepuasan Pelanggan	17
Gambar 2.2 Model Hubungan Kepuasan Pelanggan Dengan <i>Price Acceptance</i>	29

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Kuesioner.....	61
Lampiran II Data Hasil Penelitian.....	67
Lampiran III Uji Validitas dan Reliabilitas.....	74
Lampiran IV Frekuensi	87
Lampiran V Analisis Regresi Linear Berganda	90
Lampiran VI Tabel t.....	93
Lampiran VII Tabel R.....	96
Lampiran VII Tabel F.....	98

INTISARI

Bisnis jasa kereta api tidak luput dari adanya persaingan. Persaingan itu antara lain tentang kualitas pelayanan yang terdiri dari sikap karyawan kereta api, interior, pelayanan di kereta api, pertimbangan waktu, dan pelayanan umum (reservasi dan ruang tunggu). Persaingan tersebut terjadi dalam hal penawaran berbagai layanan yang menjadi andalan mutu dan daya tarik dari jasa yang ditawarkan. Oleh karena itu perlu upaya secara terus menerus dari kereta api untuk dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan yang meningkat akan dibarengi oleh meningkatnya *price acceptance*, sebagaimana yang telah dikemukakan sebelumnya. Dengan kata lain, semakin puas seseorang (pelanggan) terhadap suatu produk atau jasa, semakin tidak keberatan ia untuk membayar lebih mahal untuk produk tersebut. Jika hubungan antara kepuasan pelanggan dan *price acceptance* digambarkan, maka akan terbentuk kurva linear (Jasfar, 2003). Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis variabel-variabel kepuasan pelanggan yang meliputi sikap karyawan, interior, pelayanan di kereta api, pertimbangan waktu, dan pelayanan umum secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *price acceptance*, untuk menganalisis variabel sikap karyawan berpengaruh signifikan terhadap *price acceptance*, untuk menganalisis variabel interior berpengaruh signifikan terhadap *price acceptance*, untuk menganalisis variabel pelayanan di kereta api berpengaruh signifikan terhadap *price acceptance*, untuk menganalisis variabel pertimbangan waktu berpengaruh signifikan terhadap *price acceptance*, dan untuk menganalisis variabel pelayanan umum berpengaruh signifikan terhadap *price acceptance*.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan variabel independen yang terdiri dari sikap karyawan (X_1), interior (X_2), pelayanan di kereta api (X_3) pertimbangan waktu (X_4), dan pelayanan umum (X_5) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen *price acceptance* (Y). Variabel sikap karyawan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap *price acceptance*. Variabel interior tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap *price acceptance*. Variabel pelayanan di kereta api tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap *price acceptance*. Variabel pertimbangan waktu tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap *price acceptance*. Variabel pelayanan umum memberikan pengaruh yang signifikan terhadap *price acceptance*.

Kata kunci : kepuasan pelanggan dan price acceptance

ABSTRACT

Business of train Service don't miss from existence of emulation. That emulation for example about quality of service consisted of the attitude of train employees, interior, service in train, time consideration, and common/public service (reservation and room await). The emulation happened in the case of offer of various service pledge of quality of and fascination from service which on the market. Therefore need the effort continually from train to be able to improve the customer satisfaction.

Satisfaction of customer mounting of dibarengi by price acceptance, as which have been told previously. Equally, progressively satisfy the someone (customer) to product or service, progressively objection he don't to overpay costly for the product of the. If relation/link of among/between satisfaction of customer and price acceptance depicted, hence will be formed by a linear curve (Jasfar, 2003). this target Penelitian is to analyse the variable of satisfaction of customer covering employees attitude, interior, service in train, time consideration, and common/public service by simultan have an effect on the significant to price acceptance, to analyse the variable of employees attitude have an effect on the significant to price acceptance, to analyse the interior variable have an effect on the significant to price acceptance, to analyse the service variable in train have an effect on the significant to price acceptance, to analyse the variable of time consideration have an effect on the significant to price acceptance, and to analyse the common/public service variable have an effect on the signifikan to price acceptance.

Result from this research indicate that by simultan is independent variable consisted of by the employees attitude (X_1), interior (X_2), service in train (X_3) of time Consideration (X_4), and common/public service (X_5) have the influence which significant to variable of dependen price acceptance (Y). Variable of employees Attitude give the influence which significant to price acceptance of interior Variable don't give the influence which significant to price acceptance. Service variable in train do not give the influence which significant to price acceptance. variable of time Consideration don't give the influence which significant to price acceptance. Common/public Service variable give the influence which significant to price acceptance.

Keyword : *Customer satisfaction and price acceptance.*