

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian pada bab sebelumnya serta pembahasan yang disertai teori-teori yang mendukung mengenai hubungan antara pelayanan *customer service* PT. KAI (Persero) dengan Kepuasan penumpang *Commuter Line* di Stasiun Depok, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara pelayanan *customer service* (X) dengan kepuasan penumpang *Commuter line* di Stasiun Depok (Y) ( $p = 0,000$ ). Hubungan yang terjadi merupakan hubungan yang rendah ( $r = 0,377$ ), dimana peningkatan pelayanan *customer service* yang diberikan akan seiring dengan meningkatnya kepuasan penumpang *commuter line*.
2. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara *reliability customer service* (X1) dengan kepuasan penumpang *Commuter line* di Stasiun Depok (Y) ( $p = 0,001$ ). Hubungan yang terjadi merupakan hubungan yang rendah ( $r = 0,322$ ), dimana peningkatan kemampuan untuk menunjukan atau memberikan service secara cepat tepat dan dapat (*reliability*) dipercaya akan seiring dengan meningkatnya kepuasan penumpang *commuter line*.
3. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara *responsiveness customer service* (X2) dengan kepuasan

penumpang *Commuter line* di Stasiun Depok (Y) ( $p = 0,000$ ). Hubungan yang terjadi merupakan hubungan yang rendah ( $r = 0,357$ ), dimana peningkatan kerelaan membantu penumpang dan memberikan service yang tepat (*responsiveness*) akan seiring dengan meningkatnya kepuasan penumpang *commuter line*.

4. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara *assurance customer service* (X3) dengan kepuasan penumpang *Commuter line* di Stasiun Depok (Y) ( $p = 0,001$ ). Hubungan yang terjadi merupakan hubungan yang rendah ( $r = 0,323$ ), dimana peningkatan pengetahuan, kesopanan dan kemampuan CSO untuk menyampaikan kepercayaan dan keyakinan kepada penumpang (*assurance*) akan seiring dengan meningkatnya kepuasan penumpang *commuter line*.
5. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara *empathy customer service* (X4) dengan kepuasan penumpang *Commuter line* di Stasiun Depok (Y) ( $p = 0,000$ ). Hubungan yang terjadi merupakan hubungan yang rendah ( $r = 0,363$ ), dimana peningkatan perhatian dan pemahaman yang diberikan secara individual (*empathy*) akan seiring dengan meningkatnya kepuasan penumpang *commuter line*.
6. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara *tangible customer service* (X5) dengan kepuasan penumpang *Commuter line* di Stasiun Depok (Y) ( $p = 0,000$ ). Hubungan yang terjadi merupakan hubungan yang rendah ( $r = 0,363$ ), dimana peningkatan

aspek-aspek nyata yang dapat dilihat secara fisik (*tangible*) akan seiring dengan meningkatnya kepuasan penumpang *commuter line*.

## 5.2 Saran

Dari hasil penelitian yang diperoleh dari para responden, maka penulis mencoba untuk memberikan beberapa saran yaitu yang terdiri dari saran pengembangan praktis dan saran pengembangan ilmu bagi PT KAI Stasiun Depok, peneliti selanjutnya dan lainnya.

### 5.2.1 Saran Pengembangan Praktis

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan saran yang dapat memberikan masukan untuk perusahaan antara lain sebagai berikut :

1. Hendaknya pelayanan bukan hanya diberikan oleh *Customer service* saja, akan tetapi semua petugas yang melayani penumpang harus meningkatkan kualitas pelayanannya.
2. Variabel pelayanan *Customer service* yang terdiri dari variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, kenyamanan, koneksi, dan kemudahan memiliki pengaruh terhadap kepuasan penumpang. Maka hendaknya pihak PT. Kereta Api Indonesia (Persero) stasiun Depok lebih memperhatikan kedelapan variabel tersebut dalam mengambil kebijakan pemasaran yang berkaitan dengan peningkatan kualitas pelayanan agar dapat tercapai kepuasan penumpang yang maksimal.

3. Hendaknya *Customer service* ini tidak hanya di tangani oleh satu orang saja agar penumpang dapat lebih diperhatikan dan penanganan keluhan penumpang dalam perjalanan dapat langsung ditangani
4. Hendaknya keluhan yang diterima petugas *customer service* tidak hanya ditangani saja dan hanya diselesaikan saja, tetapi harus menjadi bahan evaluasi dalam meningkatkan kualitas pelayanan.
5. Dapat meningkatkan sumber daya manusia melalui keterampilan para petugas sehingga petugas memiliki kemampuan dalam bekerja dan tanggap terhadap setiap masalah yang timbul, dan menampung saran dari pelanggan melalui internet ataupun email, serta para pelanggan dapat bebas dan mudah memberi saran kepada perusahaan .
6. PT KAI memberikan pelatihan dan penanaman budaya senyum-ramah, kedisiplinan, pendidikan dan pelatihan khusus kepada seluruh karyawan agar dapat melayani pelanggan dengan lebih baik. Menyampaikan informasi asuransi dan bisnis jasa pelayanan dengan menambah media promosi contohnya seperti brosur, atau tulisan pada tiket.

### **5.2.2 Saran Pengembangan Ilmu**

1. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk dapat mengembangkan dimensi-dimensi dari variabel pelayanan untuk dijadikan sub judul, sehingga dapat membahas secara lebih mendalam bagi penelitian selanjutnya.
2. Peneliti menyarankan agar tema yang diteliti dalam penelitian ini dapat diteliti lebih luas dan mendalam sehingga para calon peneliti dapat melakukan penelitiannya dalam bentuk penelitian yang berbeda seperti menggunakan

metode penelitian deskriptif maupun menggunakan metode penelitian kualitatif.

3. Penelitian ini dapat dikembangkan dengan memperluas lingkup penelitian berkaitan dengan uji analisis dan pengembangan variabel lain baik yang berkaitan dengan pelayanan ataupun variabel lain seperti Citra perusahaan, kredibilitas *Customer service*, dan lainnya, serta dapat mengkaji lebih jauh terhadap produk dari perusahaan jasa kereta api bukan hanya pada kualitas pelayanannya.

