

## BAB V

### KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

1. Tanggapan terhadap kualitas pelayanan KA Parahyangan dapat disimpulkan cukup baik. Kualitas pelayanan terdiri dari *tangible*, *emphaty*, *responviveness*, *reliability*, *assurance*. Dimensi *responviveness* menjadi dimensi yang dinilai tinggi oleh responden dengan pernyataan pelayanan karyawan kepada penumpang, karena pelayanannya dianggap cekatan dalam melayani penumpang, sedangkan dimensi terendah terdapat pada dimensi *tangible* dengan pernyataan kerapihan seragam karyawan.
2. Tanggapan terhadap harga tiket KA Parahyangan sebagian besar responden menyatakan cukup baik yang terdiri dari manfaat, daya beli, citra perusahaan dan produk pesaing. Kesesuaian harga tiket dibanding harga transportasi lain dinilai paling tinggi oleh responden, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa responden menganggap harga yang ditawarkan sudah sesuai dibanding harga tiket transportasi lain yang sejenis. Sedangkan penilaian terendah didapka oleh kesesuaian harga dengan reputasi perusahaan (PT KA (Persero)).
3. Tanggapan terhadap keputusan menggunakan jasa KA Parahyangan secara umum cukup baik. Aspek yang memperoleh nilai tertinggi adalah pemilihan merek, hal ini dikarenakan karena merek Parahyangan sudah banyak dikenal

masyarakat. Sedangkan aspek yang memperoleh penilaian terendah adalah pemilihan produk. Hal ini dikarenakan kurangnya ragam kelas KA Parahyangan dan kurangnya manfaat lebih yang ditawarkan KA Parahyangan.

4. Kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap proses keputusan menggunakan KA Parahyangan maka dapat disimpulkan apabila kualitas pelayanan mengalami peningkatan, maka secara simultan dimensi-dimensi kualitas pelayanan akan menyebabkan kenaikan pada keputusan menggunakan jasa KA Parahyangan. Kualitas pelayanan yang paling besar pengaruhnya terhadap proses keputusan menggunakan KA Parahyangan adalah *responsiveness*, diikuti dengan *reliability*, *emphaty*, *assurance* dan yang paling rendah pengaruhnya adalah *tangible*.
5. Harga memiliki pengaruh yang sangat kuat untuk melakukan keputusan pembelian. Dengan melakukan penyesuaian harga dengan manfaat yang dirasakan, harga dengan daya beli dan harga dibanding dengan merek lain diharapkan dapat menaikkan keputusan menggunakan KA Parahyangan.
6. Berdasarkan pengolahan data mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan menggunakan jasa KA Parahyangan, diperoleh hasil bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap keputusan menggunakan jasa KA Parahyangan. Pengaruh terbesar diperoleh dari variabel harga, sedangkan pengaruh terkecil diperoleh dari variabel keputusan pelayanan.

## 5.2 Rekomendasi

Adapun saran untuk meningkatkan keputusan menggunakan jasa KA Parahyangan sebaiknya PT KA (Persero) harus terus berupaya mempertahankan dan memperbaiki kualitas pelayanan maupun harga jasa yang ditawarkan kepada konsumen. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka penulis merekomendasikan hal-hal berikut :

1. Berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik (*tangible*), berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa fasilitas fisik memiliki pengaruh terkecil terhadap keputusan menggunakan jasa KA Parahyangan baik itu dilihat dari pengaruh langsung maupun total pengaruh secara keseluruhan. Dikarenakan sifat jasa yang tidak berwujud, konsumen akan memperhatikan benda berwujud yang memberi layanan sebagai patokan terhadap kualitas jasa yang ditawarkan. Oleh karena itu, untuk meningkatkan peranan daya tarik fasilitas fisik dalam mempengaruhi keputusan menggunakan jasa KA Parahyangan, maka pihak PT KA (Persero) harus lebih memperhatikan kembali kondisi fasilitas fisik agar lebih menarik seperti perubahan penampilan karyawan dengan menggunakan seragam agar lebih rapi, menata ulang kembali ruang tunggu agar lebih nyaman, menggunakan pewangi ruangan, memberikan kursi tunggu lebih banyak dan menjaga kebersihan stasiun, sehingga dengan peningkatan daya tarik fasilitas tersebut dapat memberikan persepsi yang baik dimata konsumen dan diharapkan dapat meningkatkan jumlah pengguna dan mempertahankannya.

2. Berkenaan dengan perhatian perusahaan terhadap pelanggan (*emphaty*), berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa kepedulian pegawai kepada pelanggan memperoleh penilaian terendah. Oleh karena itu, perusahaan sebaiknya memberikan proses pelatihan bagi pegawai tentang bagaimana memberikan pelayanan yang memuaskan kepada konsumen dengan perilaku yang dapat memenuhi keinginan konsumen, seperti bersikap lebih ramah dalam melayani konsumen, bersedia membantu konsumen dari pertama kali berangkat, serta berkomunikasi dengan konsumen menggunakan bahasa yang baik dan mudah dimengerti, sehingga dengan meningkatkan kinerja dan keterampilan para karyawan, perusahaan dapat meraih keunggulan yang sangat bersaing.
3. Berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan (*responsiveness*), berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa pelayanan kerusakan rel memperoleh penilaian terendah. Oleh karena itu PT KA (Persero) harus selalu siap dan cepat untuk memperbaiki rel yang mengalami kerusakan karena akan menghambat perjalanan kereta api sehingga terjadi keterlambatan tiba kereta api di stasiun maupun berangkat.
4. Berkenaan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati (*reliability*), berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa aspek pemesanan tiket melalui akses telepon mendapat penilaian terendah. Maka dari itu perusahaan perlu memperhatikan kembali pemesanan melalui telepon ini efektif atau tidak dilakukan, karena

penumpang banyak yang merasa lebih efektif membeli tiket langsung melalui loket.

5. Berkenaan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang telah dikemukakan kepada konsumen (*assurance*), berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa aspek kemananan memperoleh nilai terendah, maka dari itu perusahaan perlu memperhatikan dan memberikan keamanan selama perjalanan dan pastinya jaminan asuransi kepada penumpang ketika adanya kecelakaan.
6. PT KA (Persero) sebaiknya lebih memperhatikan setiap jasa yang dihasilkannya, walaupun sebagian besar menyatakan baik tetapi ada responden yang menyatakan harga yang ditawarkan kurang sesuai dengan reputasi perusahaan. Oleh karena itu perusahaan harus berhati-hati dengan mengeluarkan kebijakan harga, walaupun harga tiket murah tetapi PT KAI (Persero) adalah suatu perusahaan perkeretaapian yang besar sehingga konsumen beranggapan dengan harga yang murah pelayanan jasa yang diberikan pun akan berkurang.
7. Kualitas pelayanan dan harga memberikan pengaruh terhadap keputusan menggunakan KA Parahyangan. Oleh karena itu untuk dapat meningkatkan penggunaan jasa KA Parahyangan perusahaan harus dapat memperhatikan kedua unsur tersebut.