

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Jasa

Menurut Gaspersz (1997) Jasa adalah hasil yang diciptakan oleh aktivitas terkait antara pemasok dan pelanggan dan melalui aktivitas internal pemasok kebutuhan pelanggan. Menurut Yoeti (2001) *Service* (jasa) adalah jenis yang bukan miliknya Penyedia jasa (produsen) dan penerima jasa (pelanggan) memenuhi kebutuhan mereka melalui satu atau lebih aktivitas pelanggan. Menurut Tjiptono (2000) ada empat karakteristik jasa yang membedakannya dengan barang, keempat karakteristik tersebut meliputi:

1. *Intangibility*

Jasa tidak berwujud, yang berarti tidak dapat dilihat, dicicipi, dicium, didengar, dilihat rasakan sebelum dibeli dan mengonsumsi. Pengguna jasa tidak membeli jasa tetapi hanya dapat menggunakan, atau sewa jasa. Pengguna jasa tidak dapat menilai hasil jasa sebelum menikmati jasa.

2. *Inseparability*

Barang umumnya diproduksi, setelah itu dijual kemudian dikonsumsi, sebaliknya untuk jasa biasanya dijual terlebih dulu kemudian diproduksi secara bersamaan dimana penyedia jasa juga merupakan bagian dari jasa tersebut, baik penyedia maupun pelanggan akan mempengaruhi hasil dan jasa tersebut.

3. *Variability*

Jasa memiliki karakteristik yang mempunyai sifat sangat variabel karena merupakan nonstandardized output yang artinya dari banyak variasi bentuk, kualitas, dan jenis, tergantung kepada siapa, kapan dan dimana jasa tersebut diproduksi.

4. *Perishability*

Jasa adalah komoditi yang tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan. Apabila permintaan berfluktuasi, bermacam permasalahan akan timbul berkaitan dengan kapasitas.

Menurut Supranto (2001) kualitas merupakan suatu keharusan bagi penyedia jasa. Mengenai kualitas sebagai ciri suatu produk, penerapan penampilan atau kinerja merupakan bagian penting dari strategi perusahaan untuk mencapai keunggulan yang berkelanjutan, baik itu pemimpin pasar atau strategi untuk pertumbuhan yang berkelanjutan. Keunggulan produk jasa bergantung pada keunikan dan kualitas yang ditampilkan oleh jasa, terlepas dari apakah produk tersebut memenuhi ekspektasi dari pelanggan.

Parasuraman et al. (1990) mengemukakan lima dimensi dalam menentukan kualitas jasa, diantaranya yaitu:

1. *Reliability*, yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang sesuai janji yang ditawarkan.
2. *Responsiveness*, yaitu respon atau kesigapan karyawan atau staf dalam membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap.
3. *Assurance*, yaitu meliputi kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, keramahan, perhatian dan kesopanan dalam memberikan pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi, kemampuan dalam memberikan keamanan di dalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan.
4. *Empathy*, yaitu perhatian secara individual yang diberikan perusahaan kepada konsumen seperti kemudahan untuk menghubungi perusahaan, kemampuan karyawan untuk berkomunikasi kepada konsumen dan usaha perusahaan untuk memahami keinginan dan kebutuhan konsumen.
5. *Tangibles*, yaitu meliputi penampilan fasilitas fisik seperti gedung dan ruangan front office, tersedianya tempat parkir, kebersihan, kerapian dan kenyamanan ruangan, kelengkapan peralatan komunikasi dan penampilan karyawan.

Salah satu faktor yang menentukan kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan, yang terutama terkonsentrasi pada kelima dimensi diatas. Kepuasan pelanggan juga dipengaruhi oleh persepsi

kualitas layanan, dan juga tergantung pada kualitas produk, harga, dan faktor pribadi dan langsung.

Menurut Kotler dalam Rangkuti (2008), kepuasan pelanggan adalah perasaan bahwa orang senang atau kecewa ketika mereka membandingkan pencapaian atau produk yang dipersepsikan atau diharapkan. Metode pengukuran data kepuasan pelanggan dijelaskan dalam Rangkuti (2008) diantaranya yaitu:

1. Mengukur pelanggan secara langsung dengan mengajukan pertanyaan, menyatakan sangat tidak puas, tidak puas, cukup puas dan sangat Puas.
2. Memberikan pertanyaan kepada responden seberapa besar mengharapkan atribut tertentu dan bagaimana perasaan mereka.
3. Responden diminta untuk menuliskan masalah yang mereka hadapi terkait dengan penawaran perusahaan dan mereka diminta untuk menuliskan saran perbaikan.

Irwan (2003) menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan tidak secara langsung mencerminkan respon perusahaan terhadap kebutuhan dan harapan pasar. Kepuasan adalah strategi yang bersifat *defensive*. Dalam jangka pendek biasanya tidak ada hubungan yang jelas antara kepuasan pelanggan dan profitabilitas, sehingga dalam jangka pendek akan mempengaruhi keuntungan ini adalah kemampuan untuk mempertahankan pelanggan.

Menurut Irwan (2003) ada lima faktor pendukung yang dapat mendorong kepuasan pelanggan diantaranya:

1. Kualitas produk, apabila hasil evaluasi produk yang digunakan dinyatakan berkualitas tinggi maka akan diperoleh kepuasan pelanggan. Lima elemen yang terkait dengan kualitas produk meliputi *performance, reliability, conformance, durability, dan consistency*.
2. Kualitas pelayanan, pelayanan yang baik dan memenuhi ekspektasi akan memuaskan konsumen. *Servqual (Quality of Service)* menjelaskan bahwa terdapat dimensi aspek kualitas layanan, termasuk keandalan, daya tanggap, jaminan, kasih sayang, dan berwujud.

3. Faktor emosional, kepuasan konsumen didapat saat menggunakan produk yang berkaitan dengan gaya hidup. Kepuasan pelanggan didasarkan pada kebanggaan, kepercayaan diri, simbol kesuksesan, dll.
4. Harga, komponen harga sangat penting karena dinilai mampu memberikan kepuasan yang lebih besar. Harga yang murah akan memberikan pelayanan yang memuaskan kepada pelanggan yang sensitif terhadap harga karena mereka akan mendapatkan *value for money* yang tinggi.
5. Kemudahan, Komponen ini terkait dengan biaya untuk memperoleh produk atau jasa. Pelanggan akan merasa lebih puas jika memperoleh produk atau jasa dengan relatif mudah, nyaman dan efisien.

Pagano dan McKnight (2002) mengevaluasi kepuasan pelanggan yang digunakan dalam jasa transportasi meliputi delapan aspek kualitas layanan, yaitu:

1. Keandalan dan kinerja tepat waktu
Pengumuman penundaan atau pembatalan pemberangkatan, alasan kedatangan yang tepat waktu, minimal penundaan atas kendaraan.
2. Kenyamanan
Adanya jaminan, kondisi dan kebersihan kendaraan, kemulusan perjalanan), ventilasi dan penyejuk udara, tempat berlindung dan tempat duduk untuk menunggu di luar ruangan.
3. Kemudahan Membuat Reservasi
Akomodasi yang berubah menentukan pengemudi atau menyusun waktu penjemputan, memperpendek waktu pemesanan atau reservasi dan prosedur reservasi yang mudah.
4. Perluasan Layanan
Layanan total 24 jam, pembatasan jarak, layanan akhir minggu dan sore hari), penolakan perjalanan yang rendah disebabkan pembatasan kapasitas.
5. Akses Kendaraan
Lebar lorong antar tempat duduk di gerbong KA, tinggi pijakan kaki pertama di pintu masuk gerbong, jumlah tangga masuk, tingkat bantuan yang disediakan dari kendaraan sampai ke tujuan, bantuan bagasi.

6. Keamanan

Tingkat kemungkinan terjadi kecelakaan yang rendah, masinis yang mendahulukan keamanan, lintasan KA yang aman dan jalur rel KA yang aman.

7. Karakteristik Masinis Dan Kru

Kemampuan menangani medis dalam keadaan darurat, jujur dan ramah, sensitif dan memahami kebutuhan penumpang KA, sensitif pada kebutuhan individual, tingkat profesionalisme dan berpengalaman.

8. Tanggung Jawab Pada Individual

Operator telepon yang meyakinkan dan ramah, kemudahan memperoleh informasi yang jelas, bertanggung jawab pada keluhan dan pemberian saran dan mengikuti prosedur.

B. Pemilihan Moda Transportasi

Model pemilihan moda bertujuan untuk mengetahui proporsi orang yang akan menggunakan masing-masing moda. Tujuan dari proses ini adalah untuk mengkalibrasi model pemilihan model dalam tahun dasar dengan memahami perubahan bebas (atribut) yang mempengaruhi pemilihan model. Pemilihan mode sangat sulit untuk dimodelkan karena banyak faktor yang sulit diukur, seperti kenyamanan, keamanan, keandalan, atau ketersediaan mode saat dibutuhkan. (Nanda Andresta, Rahayu Sulistiyorini dan Sasana Putra, 2018).

Menurut Ofyar Tamin (1997) dalam Rimamunanda 2018 ada beberapa faktor yang mempengaruhi seseorang dalam memilih suatu moda yaitu:

1. Karakteristik pelaku perjalanan

- Keadaan sosial, ekonomi, dan tingkat pendapatan.
- Kepemilikan atau ketersediaan kendaraan.
- Kepemilikan surat izin mengemudi (SIM).

2. Karakteristik Perjalanan

- Karena ketepatan waktu dan tingkat layanan berkualitas tinggi serta biaya penggunaan mobil pribadi yang relatif rendah, tujuan perjalanan di negara maju akan lebih mudah menggunakan transportasi umum.

- Semakin jauh jarak tempuh, semakin besar kemungkinan orang akan memilih transportasi pribadi.
 - Waktu perjalanan.
3. Karakteristik Sistem Transportasi
- a. Faktor kumulatif
 - Waktu perjalanan, yang meliputi waktu tunggu dan waktu di dalam kendaraan
 - Biaya transportasi, meliputi tarif, biaya bahan bakar dan lainnya.
 - b. Faktor kualitatif
 - Kenyamanan
 - Keamanan

C. Kereta Api Rel Listrik (Komuter)

Kereta rel listrik (KRL) adalah kereta api yang menggunakan energi listrik sebagai penyuplai tegangan operasinya. Daya yang dibutuhkan untuk KRL ini akan disediakan oleh gardu traksi menggunakan kabel yang disebut sistem catenary atau LAA (*Upstream Electricity*) yang membentang di sepanjang bagian atas jalur KRL. KRL merupakan kereta api jarak dekat sebagai penghubung kota besar dengan kota kecil di sekitarnya. Kebanyakan penumpang KRL adalah para penglaju yang memiliki mobilitas yang tinggi dalam kesehariannya, misalnya ke tempat kerja atau ke sekolah.

PT. Kereta Commuter Indonesia (KCI) merupakan salah satu anak perusahaan di lingkungan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) yang dibentuk sesuai Inpres No. 5 tahun 2008 dan surat Menteri Negara BUMN No.S-653/MBU/2008 bertepatan pada 12 Agustus 2008 dan resmi menjadi anak perusahaan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) pada 15 September 2008 dengan Akte Pendirian No. 415 Notaris Tn. Ilmiawan Dekrit, S.H.. PT. KCI ditugaskan oleh PT. KAI pada tanggal 1 Oktober 2020 untuk mengoperasikan kereta api lokal di wilayah Daop 1 Jakarta serta Daop 6 Yogyakarta.

Jenis-jenis Kereta Api Rel Listrik (*Commuter*) sebagai berikut:

1. KRL Ekonomi non-AC

KRL Ekonomi non-AC merupakan bagian dari armada KRL yang ditunjukkan untuk kelas ekonomi menengah ke bawah. Tipe ini menggunakan armada KRL lama yang tidak menggunakan fasilitas pendingin udara.

2. KRL Ekonomi AC

KRL ekonomi AC memiliki fungsi yang sama dengan KRL ekonomi non AC, perbedaan yang mencolok hanya fasilitasnya lebih memadai (ada AC, ada peralatan baru) dan harga tiketnya lebih tinggi.

Kereta Rel Listrik (KRL) merupakan salah satu segmen pelayanan produk PT. KCI dengan jurusan Yogyakarta-Lempuyangan-Maguwo-Brambanan-Srowot-Klaten-Ceper-Delanggu-Gawok-Purwosari-Solo Balapan dan sebaliknya. Jarak Yogyakarta dan Solo yang dekat menjadikan perjalanan menggunakan KRL hanya membutuhkan waktu lebih kurang 68 menit disetiap perjalanan. Ada 11 perjalanan dari Yogyakarta menuju Solo dimulai pukul 05.05 dan berakhir pada 19.10 begitupun sebaliknya. Harga tiket KRL Yogyakarta-Solo untuk satu kali berangkat Rp. 8.000,-.

KRL diluncurkan pada tanggal 1 Februari 2021 yang berfungsi untuk mengganti layanan kereta api yang ada sebelumnya yaitu Prambanan Ekspers atau sering disebut Prameks.

D. Standar Pelayanan Minimum Angkutan Orang Dengan Kereta Api

Menurut Peraturan Menteri Perhubungan Republik Indonesia Nomor PM 63 Tahun 2019 tentang Standar Pelayanan Minimum Untuk Angkutan Orang dengan Kereta Api pasal 6 adalah:

1. Standar pelayanan minimum dalam perjalanan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3b terbagi atas pelayanan perkeretaapian perkotaan salah satu diantaranya adalah KRL.
2. Standar pelayanan minimum dalam perjalanan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) paling sedikit meliputi aspek:

1) Keselamatan

- Informasi dan fasilitas keselamatan mudah terlihat dan terjangkau, antara lain APAR, tombol darurat, pemecah kaca, tuas atau tombol pembuka pintu otomatis dan petunjuk yang jelas tentang tata cara evakuasi melalui media visual dan audio.
- Informasi dan fasilitas kesehatan berupa perengkapan P3K.

2) Keamanan

- Fasilitas pendukung berupa CCTV di dalam satu rangkaian kereta.
- Tersedia petugas berseragam yang dilengkapi atribut dan alat bantu.
- Tersedia stiker berisi nomor telepon untuk pengaduan
- Tersedia lampu penerangan dengan intensitas cahaya minimal 200 lux.

3) Keandalan

- keterlambatan dihitung 20% dari total waktu tempuh perjalanan kereta api yang dijadwalkan.
- Keterlambatan diinformasikan dengan intensi suara 10 dB, menggunakan bahasa yang sopan, singkat dan jelas.

4) Kenyamanan

- Tempat duduk minimal 20% dari spesifikasi teknis kereta.
- Ruang untuk mengangkut penumpang berdiri maksimum 1 m² untuk 6 orang.
- Suhu dalam kereta maksimal 27°C
- Tersedia hand rail dan hand grip untuk penumpang berdiri.
- Tersedia rak bagasi di atas tempat duduk.
- Tersedia petugas kebersihan.
- Kondisi kereta harus bersih

5) Kemudahan

- Informasi dalam bentuk visual harus ditempatkan di tempat yang strategis, mudah terlihat dan jelas terbaca.

- Informasi dalam bentuk audio harus jelas terdengar dengan intensitas suara 10 dB lebih besar dari kebisingan yang ada.
- Informasi diumumkan maksimal 30 menit setelah terjadi gangguan dan jelas terdengar dengan intensitas suara 10 dB lebih besar dari kebisingan yang ada.
- Dua buah nama kereta api/relasi kereta api di setiap kereta api pada bagian luar di sisi kiri dan kanan (untuk rangkaian kereta api yang ditarik oleh lokomotif).
- Display nama relasi/nomor operasi kereta api perkotaan dipasang di bagian muka/fronfend kereta (untuk rangkaian kereta api yang tidak ditarik oleh lokomotif).
- Mempunyai sistem pemberitahuan Public Address System (PA) atau Passenger Information System (PIS).
- Informasi dalam bentuk visual berupa PID (passenger information display) diletakkan di tempat strategis di dalam kereta yang mudah terlihat.
- Kadar gelap kaca film maksimal 40%.

6) Kesetaraan

- Tersedia kursi prioritas yang dilengkapi stiker petunjuk dan edukatif.
- Minimal 12 (dua belas) tempat duduk dalam satu kereta.
- Mempunyai tempat khusus kursi roda atau sesuai standar teknis sarana yang diberi stiker/penanda khusus kursi roda.

E. Metode Analisis Data

1. Uji Validitas

Validitas adalah ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan dan keefektifan suatu instrumen. Validitas suatu skala mengacu pada sejauh mana skala tersebut menghasilkan data yang akurat (tepat) dan cermat sesuai dengan fungsi ukurnya (Azwar, 2016). Rumus yang digunakan untuk menghitung uji validitas adalah:

$$r_{xy} = \frac{N(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}} \dots\dots\dots 2.1$$

Dengan:

r_{xy} = Koefisien korelasi skor responden

N = Jumlah subjek (orang)

X = Skor suatu atribut

Y = Skor total

2. Uji Reliabilitas

Istilah reliabilitas memiliki berbagai nama lain seperti konsistensi, keterandalan, keterpercayaan, kestabilan, dan sebagainya. Namun gagasan utama yang terkandung dalam konsep reliabilitas adalah sejauh mana hasil suatu proses pengukuran dapat dipercaya (Azwar, 2016). Uji reliabilitas merupakan pengujian konsistensi skala yang akan memberikan koefisien alfa (Cronbach, 1951) yang bernilai 0–1. Rumus yang digunakan dalam uji reliabilitas adalah:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma^2} \right] \dots\dots\dots 2.2$$

Dengan:

r_{11} = Nilai reliabilitas

k = banyaknya jumlah butir pertanyaan,

$\sum \sigma_b^2$ = jumlah varian butir,

σ^2 = varian total

3. Metode *Importance Performance Analysis*

Metode IPA pertama kali diperkenalkan oleh Marilla dan James (1977). Metode ini dikenal dengan istilah analisis kuadran (*quadrant analysis*). Merujuk pada rumusan masalah, tujuan metode dalam penelitian adalah untuk mengukur hubungan antara harapan konsumen dengan prioritas peningkatan kualitas produk/jasa dengan menampilkan informasi tentang faktor-faktor pelayanan yang sangat mempengaruhi kepuasan dan peningkatan pelayanan.

Dalam IPA terdapat dua pendekatan yang digunakan, yaitu:

a. Tingkat Kesesuaian

Penghitungan tingkat kesesuaian digunakan untuk mengetahui seberapa besar konsumen merasa puas terhadap kinerja pelayanan. Tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan tingkat kepuasan dan tingkat kepentingan. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$TK = \frac{\bar{X}}{\bar{Y}} \times 100\% \dots\dots\dots 2.3$$

Dengan :

TK = Tingkat kesesuaian

\bar{X} = rata-rata tingkat kepuasan

\bar{Y} = rata-rata tingkat kepentingan

Kriteria penilaian tingkat kesesuaian adalah:

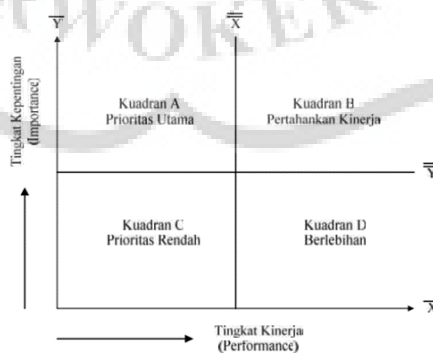
TK > 100% : kinerja pelayanan melebihi harapan konsumen

TK = 100% : kinerja pelayanan sesuai harapan konsumen

TK < 100% : kinerja pelayanan belum sesuai harapan konsumen

b. Diagram Cartesius

Diagram cartesius digunakan untuk menggambarkan hubungan antara tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan. Pada Gambar 2.1, diagram cartesius dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik (\bar{X}, \bar{Y}) dengan \bar{X} adalah rata-rata tingkat kepuasan dan \bar{Y} adalah rata-rata tingkat kepentingan.



Gambar 2.1 Diagram IPA

Keempat kuadran tersebut memiliki arti sebagai berikut:

1) Kuadran I (*high importance & low performance*)

Kuadran “Tingkatkan Kinerja” terletak di sebelah kiri atas, yang berarti prioritas utama unit pelayanan adalah peningkatan kinerja (*performance improvement*). Kuadran ini memuat atribut pelayanan yang dianggap penting oleh pengguna layanan, tetapi pada kenyataannya kinerja atribut pelayanan tersebut belum sesuai dengan harapan para pengguna layanan. Kinerja atribut pelayanan tersebut lebih rendah dari harapan pengguna layanan terhadap atribut pelayanan tersebut. Atribut pelayanan yang terdapat dalam kuadran ini harus lebih ditingkatkan agar dapat memenuhi harapan pemangku kepentingan/pengguna layanan. Cara yang dapat dilakukan adalah perbaikan secara terus menerus terhadap kinerja, sehingga *performance* dari atribut pelayanan yang ada dalam kuadran ini akan meningkat.

2) Kuadran II (*high importance & high performance*)

Kuadran “Pertahankan Kinerja” terletak di sebelah kanan atas, yang berarti kinerja sudah dapat memenuhi harapan pengguna layanan dan diusahakan untuk mempertahankan kinerja tersebut. Kuadran ini memuat atribut pelayanan yang dianggap penting oleh pengguna layanan dan kinerja atribut pelayanan dianggap sudah sesuai dengan yang dirasakan oleh pengguna layanan, sehingga tingkat kepuasannya relatif tinggi. Atribut pelayanan yang termasuk dalam kuadran ini harus tetap dipertahankan.

3) Kuadran III (*low importance & low performance*)

Kuadran “Prioritas Rendah” terletak di sebelah kiri bawah, yang berarti prioritas rendah. Kuadran ini memuat atribut pelayanan yang dianggap kurang penting oleh pengguna layanan dan pada kenyataannya kinerja atribut pelayanan tersebut tidak terlalu istimewa. Peningkatan kinerja atribut pelayanan yang termasuk dalam kuadran ini dapat dipertimbangkan kembali karena pengaruhnya terhadap

manfaat yang dirasakan oleh pemangku kepentingan/pengguna layanan sangat kecil.

4) Kuadran IV (*low importance & high performance*)

Kuadran “Cenderung Berlebihan” terletak di sebelah kanan bawah, yang berarti kinerjanya berlebihan sementara pengguna layanan menganggap kurang penting. Kuadran ini memuat atribut pelayanan yang dianggap kurang penting oleh pemangku kepentingan/pengguna layanan. Atribut pelayanan yang termasuk dalam kuadran ini dapat dikurangi agar satuan kerja pemilik indeks dapat melakukan penghematan sumber daya.

4. Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI)

Penggunaan metode CSI dalam penelitian ini untuk mengetahui tingkat kepuasan pengguna jasa secara keseluruhan. CSI dihitung dengan rumus seperti pada persamaan dibawah ini. Interpretasi nilai CSI dapat dilihat pada **Tabel 2.1** (Galih Wijaksana Affandi, Dwi Prasetyanto, Andean Maulana, 2017)

$$CSI = \frac{\sum_{i=1}^p WS}{S} \times 100\% \dots\dots\dots 2.4$$

Dengan:

WS= total skor rata-rata tingkat kepentingan dikali skor rata-rata kepuasan, kepentingan

S = nilai maksimum yang digunakan pada skala pengukuran tingkat kepuasan.

Tabel 2.1. Skala Kriteria Kepuasan

Skala Kriteria	Dinyatakan
0% < CSI < 34%	Sangat tidak puas
35% < CSI < 50%	Tidak puas
51% < CSI < 65%	Cukup puas
66% CSI < 80%	Puas
81% < CSI < 100%	Sangat Puas

Sumber: Oktaviani dan Suryana, 2006 dalam Mufti Amir

F. Penelitian Terdahulu

Asteria (2013) melakukan penelitian mengenai Analisis Kepuasan Pengguna Jasa Terhadap Kinerja PT. Kereta Api Indonesia (Persero) (Studi Kasus KRL Commuter Line Jakarta Kota-Bogor). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI). Asteria menggunakan 4 atribut yang menjadi objek penelitiannya. Hasil analisis menunjukkan pengguna KRL puas dengan kinerja pelayanan PT. KAI ditunjukkan dengan CSI yang memiliki nilai sebesar 0,79312 atau 79,312%.

Andri (2020) melakukan penelitian mengenai Analisis Tingkat Kepuasan Penumpang terhadap Pelayanan Dan Fasilitas Kereta Rel Listrik (KRL) Commuter Line Rute Bekasi-Manggarai. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI). Dalam penelitiannya Andri (2020) menggunakan 8 atribut yang mempengaruhi kepuasan penumpang. Hasil analisis menunjukkan pengguna KRL puas dengan kinerja pelayanan dan fasilitas KRL ditunjukkan dengan nilai CSI 76,11%.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu Asteria (2013) dan Andri (2020) terletak pada kegiatan analisis yang dilakukan yaitu kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan kereta api dan menggunakan metode analisis *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI).