

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA PERUSAHAAN
TERHADAP EWOM MELALUI KEPUASAN KONSUMEN PADA
KONSUMEN KERETA API PENUMPANG DI PT. KERETA API
INDONESIA (PERSERO) DIVISI REGIONAL II SUMATERA BARAT**

SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Salah Satu Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Pada Program Studi Manajemen Universitas Negeri Padang*



Oleh:

SRI RAHMA LISYA

19059206/2019

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NEGERI PADANG**

2023

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA PERUSAHAAN
TERHADAP EWOM MELALUI KEPUASAN KONSUMEN PADA
KONSUMEN KERETA API PENUMPANG DI PT. KERETA API
INDONESIA (PERSERO) DIVISI REGIONAL II SUMATERA BARAT**

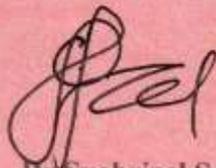
Nama : Sri Rahma Lisya
NIM/TM : 19059206/2019
Departemen : Manajemen (S1)
Keahlian : Pemasaran
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Padang, November 2023

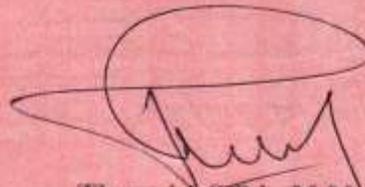
Disetujui Oleh :

Mengetahui
Kepala Departemen Manajemen

Pembimbing



Dr. Syahrizal, S.E., M.Si
NIP. 19720902 199802 1 001



Thamrin, S.Pd., M.M
NIP. 19750816 20050 1 1003

HALAMAN PERSETUJUAN LULUS UJIAN SKRIPSI

Dinyatakan lulus setelah dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi
Departemen Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Negeri Padang

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA PERUSAHAAN
TERHADAP EWOM MELALUI KEPUASAN KONSUMEN PADA
KONSUMEN KERETA API PENUMPANG DI PT. KERETA API
INDONESIA (PERSERO) DIVISI REGIONAL II SUMATERA BARAT**

Nama : Sri Rahma Lisya
NIM/TM : 19059206/2019
Departemen : Manajemen (S1)
Keahlian : Pemasaran
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Padang, November 2023

Tim Penguji

Tanda Tangan

1. Thamrin, S.Pd., MM (Ketua)
2. Vidyarini Dwita, SE., MM., Ph.D (Anggota)
3. Yunita Engriani, SE., MM (Anggota)



SURAT PERNYATAAN

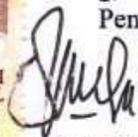
Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Sri Rahma Lisya
NIM/TM : 19059206/2019
Tempat/ Tanggal Lahir : Padang/ 12 Mei 2001
Departemen : Manajemen S1
Keahlian : Pemasaran
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Alamat : Jl. Banuaran No. 3 Depan PT.KLG RT 02 RW 07 kel.
Banuaran kec.Lubuk Begalung Kota Padang
No. Hp/Telephone : 0895626376245
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan
terhadap EWOM melalui Kepuasan Konsumen pada
Konsumen PT. Kereta Api Indonesia (PERSERO) Divisi
Regional II Sumatera Barat

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis/skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik (sarjana) baik di UNP maupun perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis/skripsi ini murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan tim pembimbing
3. Pada karya tulis/skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasi orang lain kecuali tertulis dengan jelas dicantumkan pada daftar Pustaka
4. Karya tulis/skripsi ini sah apabila telah ditandatangani asli oleh tim pembimbing, penguji dan ketua jurusan

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran di dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar akademik yang telah diperoleh karena karya tulis/skripsi ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Padang, November 2023
Penulis,

Sri Rahma Lisya

ABSTRAK

SRI RAHMA LISYA (2019/19059206) : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan terhadap EWOM Melalui Kepuasan Konsumen Pada Konsumen PT. Kereta Api Indonesia (PERSERO) Divre II Sumatera Barat
PEMBIMBING : Thamrin, S.Pd., M.M

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh kualitas pelayanan dan citra Perusahaan terhadap EWOM melalui kepuasan konsumen pada konsumen PT. KAI Divre SUMBAR. Populasi penelitian ini adalah masyarakat yang pernah menggunakan jasa PT. KAI Divre II SUMBAR dalam 6 bulan terakhir dan pernah melakukan EWOM.

Jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 100 responden. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuisioner secara *online* (daring) melalui google form dan pengolahan data dilakukan menggunakan perangkat lunak *SmartPLS*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap EWOM (2) Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (3) Citra Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap EWOM (4) Citra Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (5) kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap EWOM (6) Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap EWOM melalui kepuasan konsumen (7) Citra Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap EWOM melalui kepuasan konsumen.

Kata Kunci : Citra Perusahaan, EWOM, Kepuasan Konsumen, Kualitas Pelayanan, PT. KAI Divre SUMBAR

ABSTRACT

SRI RAHMA LISYA (2019/19059206) : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan terhadap EWOM Melalui Kepuasan Konsumen Pada Konsumen PT. Kereta Api Indonesia (PERSERO) Divre II Sumatera Barat
PEMBIMBING : Thamrin, S.Pd., M.M

This research aims to see the influence of service quality and company image on EWOM through consumer satisfaction of PT consumers. KAI Divre SUMBAR. The population of this research is people who have used the services of PT. KAI Divre II SUMBAR in the last 6 months and has carried out EWOM.

The number of samples used in this research was 100 respondents. Data was collected through distributing questionnaires online via Google form and data processing was carried out using SmartPLS software. The results of this research show that (1) Service quality has a positive and significant effect on EWOM (2) Service quality has a positive and significant effect on consumer satisfaction (3) Company image has a positive and significant effect on EWOM (4) Company image has a positive and significant effect on satisfaction consumers (5) consumer satisfaction has a positive and significant effect on EWOM (6) Service quality has a positive and significant effect on EWOM through consumer satisfaction (7) Company image has a positive and significant effect on EWOM through consumer satisfaction.

Keyword : Corporate Image, EWOM, Consumer Satisfaction, Quality Services, PT. KAI Divre SUMBAR

KATA PENGANTAR

الرَّحِيمِ الرَّحْمَنِ اللَّهُ سُبْحَانَ

Puji dan Syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan karunia-nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan terhadap EWOM Melalui Kepuasan Konsumen Pada Konsumen PT. KAI Divre II SUMBAR”**.

Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan untuk menyelesaikan studi penelitian pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang. Penulis mengucapkan terimakasih kepada Bapak Thamrin, S.Pd., M.M selaku dosen pembimbing yang telah memberikan saran, masukan dan meluangkan waktu untuk membimbing penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Tidak lupa pula penulis mengucapkan terimakasih kepada Bapak/Ibu dosen penguji yang telah memberikan masukan dan pengarahan untuk penyempurnaan penulisan skripsi ini.

Selesainya penelitian ini juga tidak terlepas dengan bantuan dari berbagai pihak, dalam kesempatan ini penulis dengan segala ketulusan hati mengucapkan terimakasih kepada :

1. Allah SWT yang telah menjaga dan melindungi penulis selama kuliah dan Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita ke alam yang penuh ilmu pengetahuan seperti yang kita rasakan saat sekarang ini.

2. Kedua orang tua papa alm Syafirdi dan mama Elia Roza serta kakak Saputri Yulisya serta Abang Dwiki Ramadhan yang telah membantu dengan doa dan kasih sayangnya, yang telah memberikan dukungan moral, material, karena dukungan serta ketulusan mereka dapat memberikan semangat, dorongan doa yang bermanfaat bagi penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Prof. Perengki Susanto, SE, M.SC, PHD selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang.
4. Bapak Dr.Syahrizal,S.E.,M.Si selaku ketua program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang
5. Bapak Dr. Ramel Yanuarta RE, S.E., MSM selaku Pembimbing Akademik yang telah membantu peneliti dalam memberikan arahan dan bimbingan akademik selama masa Pendidikan.
6. Bapak/Ibu staf dosen beserta seluruh Karyawan dan karyawanati yang telah membantu penulis selama masa pendidikan.
7. Terima kasih kepada, Muhamad Fauzan,Naufal Asraf ,Thalita Afiifah,Caca, Bila,Zulfa, Azmi serta sahabat lainnya yang telah membantu dan memberikan semangat dalam penulisan skripsi ini.
8. Rekan-rekan seangkatan dan seperjuangan serta berbagai pihak lain yang tidak dapat peneliti sebutkan namanya satu persatu yang ikut berpartisipasi memberikan bantuan dan dorongan baik secara langsung maupun tidak langsung dalam membuat dan menyusun penelitian ini.

Karena kebaikan dan kebijakan beliau-beliau ini, maka penulis dapat menyelesaikan penelitian ini. Semoga kebaikan dan jasa-jasa beliau mendapat balasan dari Tuhan Yang Maha Esa. Penulis menyadari bahwa penyusunan ini masih jauh dari kesempurnaan dan tidak luput dari kesalahan dan kekurangan. Oleh karena itu, peneliti menyampaikan harapan semoga penelitian sederhana yang disusun ini dapat bermanfaat dan berguna untuk kepentingan dan kemajuan pendidikan di masa yang akan datang. Amiin

Padang, November 2023

Penulis,

Sri Rahma Lisya
NIM. 19059206

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSIError! Bookmark not defined.	
HALAMAN PERSETUJUAN LULUS UJIAN SKRIPSIError! Bookmark not defined.	
SURAT PERNYATAAN	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK	i
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi masalah.....	12
C. Batasan Masalah	12
D. Rumusan Masalah.....	13
E. Tujuan Penelitian.....	14
F. Manfaat Penelitian.....	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA	16
A. Kajian Teori.....	16
1. <i>Elektronic Word Of Mouth</i> (EWOM).....	16
2. Kepuasan Konsumen	19
3. Kualitas Pelayanan	22
a. Pengertian Kualitas Pelayanan	22
4. Citra Perusahaan.....	25
5. Hubungan Antar Variabel	26
B. Penelitian Relevan	31
C. Kerangka Konseptual.....	32
D. Rumusan Hipotesis	33

BAB III METODE PENELITIAN	35
A. Jenis Penelitian	35
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	35
C. Populasi Dan Sampel.....	36
D. Jenis Dan Sumber Data.....	37
E. Teknik Pengumpulan Data	37
F. Variabel Penelitian dan Defenisi Operasional.....	38
G. Instrumen Penelitian	41
H. Teknik Analisis Data	42
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	47
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	47
B. Hasil Penelitian.....	47
C. Analisis Output PLS (<i>Statistik Inferensial</i>)	56
D. Pembahasan	67
BAB V PENUTUP.....	74
A. Kesimpulan	74
B. Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN.....	89

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Pemberhentian KA Sibinuang.....	5
Tabel 2. Rute KA Lembah Anai	6
Tabel 3. Rute KA Minangkabau Ekspres.....	6
Tabel 4. Jumlah pengguna kereta Api Devisi Regional II Sumatera Barat 3 tahun terakhir 2019, 2020, 2021	7
Tabel 5. Penelitian Relevan.....	31
Tabel 6. Bagan Kerangka Konseptual.....	33
Tabel 7. Defenisi Operasional.....	38
Tabel 8. Skala Likert	41
Tabel 9. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Tabel 10. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	48
Tabel 11. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	48
Tabel 12. Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah menggunakan Jasa Transportasi PT. KAI Divre II SUMBAR Dalam 6 Bulan Terakhir dan Melakukan <i>EWom</i>	49
Tabel 13. Karakteristik Responden Berdasarkan jenis <i>Platfrom</i> yang digunakan Konsumen Melakukan EWOM	49
Tabel 14. Distribusi Frekuensi Variabel EWOM.....	50
Tabel 15. Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Pelayanan.....	52
Tabel 16. Distribusi Frekuensi Variabel Citra Perusahaan	53
Tabel 17. Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan Konsumen	54
Tabel 18. Nilai Uji <i>Outer Loading</i>	56
Tabel 19. Hasil Analisis Uji <i>Average Variance Extraced (AVE)</i>	57
Tabel 20. Nilai Akar AVE	58
Tabel 21 Nilai Cross Loading	58
Tabel 22. Hasil Uji Reabilitas	59
Tabel 23. Nilai <i>R-Square</i>	60
Tabel 24. Nilai <i>Q-Square</i>	61
Tabel 25. <i>Path Coeficient</i>	62
Tabel 26. <i>Output Total Indirect effect</i>	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1: media sosial PT. KAI Divre II Sumatera Barat.....	8
Gambar 2: Penilaian Penumpang.....	9
Gambar 3: Diagram alir	55

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pesatnya perkembangan globalisasi yang dirasakan pada saat ini menuntut setiap orang untuk memiliki daya saing yang kuat. Untuk setiap persaingan, pebisnis harus melakukan pembaharuan strategi yang lebih baik untuk memenuhi kebutuhan serta memberikan kepuasan secara maksimal terhadap konsumennya (Moha & Loindong, 2016). Persaingan yang ketat tersebut juga dirasakan pada sektor penyedia jasa. Dimana setiap penyedia jasa dituntut agar melakukan pelayanan terbaik untuk menarik para konsumennya.

Kualitas merupakan keseluruhan ciri serta sifat yang dimiliki oleh suatu pelayanan jasa yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumennya (Moha & Loindong, 2016). Menurut Zeithaml dan Berry (dalam Tjipto, 2011), kualitas jasa memiliki 10 dimensi pokok seperti reliabilitas atau konsisten kerja, responsivitas atau daya tanggap, kompetensi, akses, kesopanan, komunikasi, kredibilitas, keamanan, kemampuan memahami konsumen, serta tampilan dari fasilitas yang disediakan oleh jasa tersebut (Siregar, 2019).

Kualitas pelayanan merupakan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan dari konsumen serta memenuhi harapan konsumen. Pemberian kualitas pelayanan dalam sebuah perusahaan pelayanan jasa sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal tersebut dikarenakan kualitas pelayanan merupakan kunci dalam menciptakan loyalitas konsumen (Asbar & Saptari, 2017).

Kualitas pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan akan berpengaruh terhadap citra perusahaan tersebut. Citra perusahaan merupakan kesan yang diberikan oleh konsumen terhadap sebuah perusahaan (Fakhrudin, 2017). Citra perusahaan terbagi menjadi citra positif dan citra negative. Jika suatu perusahaan memiliki citra positif, maka para konsumen akan memberikan keyakinan yang penuh terhadap perusahaan tersebut. Begitu juga sebaliknya, jika suatu perusahaan memiliki citra negative, maka konsumen akan merasakan keraguan terhadap perusahaan tersebut.

Pada saat ini, perhatian terhadap kepuasan konsumen sangat ditekankan, sehingga banyak pihak yang menaruh perhatian terhadap kepuasan konsumen. Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat diantaranya hubungan antara perusahaan dan konsumennya menjadi harmonis. Kepuasan konsumen merupakan faktor utama yang perlu di perhatikan oleh perusahaan. Melalui kepuasan konsumen akan menciptakan konsumen yang loyal. Konsumen yang loyal ada konsumen yang terus menggunakan produk yang sama meskipun terdapat pilihan atau alternatif produk lain (Aryani & Rosinta, 2010).

Menurut (Mowen & Minor, 2010:89) mendefinisikan kepuasan konsumen sebagai keseluruhan sikap yang ditunjukkan penumpang atas barang dan jasa setelah mereka memperoleh dan merasakannya. Sedangkan menurut Permenpan 16 Tahun 2014, survey kepuasan masyarakat adalah pengukuran secara

komprehensif kegiatan tentang tingkat kepuasan masyarakat yang diperoleh dari hasil pengukuran atas pendapat masyarakat (Hakim et al., 2022).

Rasa puas dan tidak puas konsumen terletak pada hubungan antara harapan dan persepsi yang di terima oleh konsumen setelah menggunakan jasa atau produk. Apabila jasa atau produk sesuai dengan persepsi konsumen maka dapat dikategorikan bahwa konsumen itu merasa puas atas apa yang diterima. Sehingga dimasa yang akan datang konsumen tersebut akan menggunakan jasa atau produk itu kembali. Begitu pula sebaliknya, jika konsumen merasa tidak puas dengan suatu hasil produk atau jasa, maka mereka tidak akan menggunakan jasa atau produk tersebut dan akan mencari alternatif lain sebagai penggantinya. Selain itu, jika konsumen tersebut merasa puas terhadap suatu jasa atau produk, maka konsumen tersebut akan merekomendasikan jasa atau produk tersebut ke kerabat, keluarga hingga khalayak ramai. Hal seperti inilah yang disebut dengan EWOM.

Menurut Duarte et al.,(2018) EWOM merupakan pernyataan yang dibuat oleh konsumen terhadap suatu produk atau jasa, baik bersifat negative maupun bersifat positif. Pesatnya perkembangan zaman mengakibatkan konsumen akan semakin mudah dalam memberikan penilaian atau *review* terhadap suatu jasa atau produk sehingga informasi yang didapatkan melalui EWOM akan tersebar secara cepat dan aktual. Dalam artian lain, konsumen yang mendapatkan pengalaman baik pada suatu jasa atau produk secara tidak langsung akan terlibat dalam promosi melalui platform EWOM.

PT KAI (Kereta Api Indonesia) merupakan Badan Usaha Milik Negara yang bergerak di bidang jasa pengangkutan yang menyediakan sarana dan prasarana dalam rangka menunjang kelancaran angkutan penumpang dan angkutan barang. Adapun tujuan PT Kereta Api Indonesia ini adalah untuk melaksanakan dan menunjang kebijaksanaan program pemerintah di bidang ekonomi melalui pelayanan jasa, serta untuk memperoleh keuntungan bagi perusahaan dengan cara menyelenggarakan usaha jasa angkutan yang mendukung mutu pelayanan jasa angkutan, misalnya stasiun dan fasilitas lain untuk bongkar muat barang (Pramana et al., 2019).

PT. KAI Divisi Regional II (Divre II) Sumatera Barat yang mempunyai peran penting dalam meningkatkan permintaan jasa transportasi kereta api di Sumatera Barat. Salah satu Layanan jasa transportasi kereta api reguler di PT. KAI DIVRE II Sumatera Barat yang masih aktif sampai saat ini yaitu kereta api Sibinuang, kereta api perintis Lembah Anai dan kereta api Bandara Internasional Minangkabau (BIM) (Brier & lia dwi jayanti, 2020).

Kereta api Sibinuang merupakan kereta api penumpang lokal kelas ekonomi AC yang dioperasikan oleh PT Kereta api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Padang. Kereta ini beroperasi dibawah kendali Divisi Regional II Sumatera Barat dengan tarif Rp. 5000,00 untuk sekali perjalanan pergi-pulang. Pada awalnya kereta ini hanya melayani rute Padang-Pariaman. Namun pada tahun 2019, rute kereta ini diperpanjang menjadi Padang-Naras dikarenakan adanya reaktivasi jalur Pariaman-Naras. Jumlah gerbong pada Kereta Api Sibinuang ini terdiri 7

rangkaian yakni 1, lokomotif , 5 kereta api ekonomi AC, 1 kereta makan pembangkit (kini berfungsi sebagai kereta sepeda) (NDA, 2023).

Tabel 1. Pemberhentian KA Sibinuang

Nama Kereta Api	Tahun	Pemberhentian
Kereta Api Sibinuang	2017	Padang – Tabing – Duku – Lubuk Alung - Pariaman
	2019	Padang - Alai – Air Tawar – Tabing – Lubuk Buaya – Duku – Lubuk Alung – Pauh Kamar – Kuranji – Pariaman - Naras
	2023	Padang - Alai – Air Tawar – Tabing – Lubuk Buaya – Duku – Lubuk Alung – Pauh Kamar – Kuranji – Pariaman – Naras – Pauh Limo

Sumber: (*Jadwal Kereta Api Sibinuang, 2019*)

Kereta Api Lembah Anai adalah bus rel milik PT Kereta Api Indonesia yang beroperasi di rute Kayu Tanam-BIM via Duku dan sebaliknya. Kereta api ini termasuk salah satu angkutan KA perintis, yang mana penyelenggaraannya merupakan amanah Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2007 tentang Perkeretaapian. Dalam hal biaya yang dikeluarkan oleh penyelenggara sarana perkeretaapian untuk mengoperasikan sarana perkeretaapian lebih tinggi daripada pendapatan yang diperoleh berdasarkan tarif yang ditetapkan oleh pemerintah,

maka selisihnya menjadi tanggung jawab pemerintah dalam bentuk subsidi angkutan perintis biaya untuk kereta api lembah anai ini sebesar Rp. 3000 (UU No 23 Tahun 2007, 2007). Kereta api ini mulai beroperasi pada tanggal 1 November 2016. Kereta api ini terdiri dari tiga gerbong sehingga memiliki kapasitas angkut penumpang sebanyak 160 orang dengan rincian 78 duduk dan 82 lainnya berdiri (*Jadwal Kereta Api Railbus Lembah Anai*, 2017).

Tabel 2. Rute KA Lembah Anai

Nama Kereta Api	Tahun	Rute
KA Lembah Anai	2018	Lubuk Alung – Sicincin – Kayu Tanam
	2019	Kayu Tanam – Sicincin – Lubuk Alung – Duku - BIM

Sumber: (*Jadwal Kereta Api Railbus Lembah Anai*, 2017)

Kereta api Minangkabau Ekspres (Mineks) atau (Minexs) merupakan layanan kereta api bandara kelas eksekutif yang di operasikan oleh PT Kereta Api Indonesia yang melayani rute Bandara Internasional Minangkabau-Pulau Aie dan sebaliknya. Tarif kereta api ini adalah sebesar Rp10.000,00 untuk rute BIM–Duku dan BIM–Pulau Aie serta Rp5.000,00 untuk rute Duku–Pulau Aie dan sebaliknya. Satu rangkaian kereta ini terdiri dari empat kereta dengan kapasitas angkut hingga 393 orang (*Serunya Naik Kereta Minangkabau Ekspres*, 2019).

Tabel 3. Rute KA Minangkabau Ekspres

Nama Kereta Api	Tahun	Rute
Minangkabau Ekspres	2018	Padang - Tabing – Duku - BIM
	2019	Padang – Pasar Alai – Air Tawar – Tabing – Duku - BIM
	2021	Pulau Aie – Padang – Alai – Air

		Tawar – Tabing – Duku - BIM
	2022	Pulau Aie – Tarandam – Padang – Alai – Air Tawar – Tabing – Duku - BIM

Sumber: (Beroperasi 1 Januari 2022, Ini Jadwal Keberangkatan KA

Perintis Minangkabau Ekspres, 2021)

Tabel 4. Jumlah pengguna kereta Api Devisi Regional II Sumatera Barat 3 tahun terakhir 2019, 2020, 2021

Bulan	Volume Lalu lintas Kereta Api Penumpang dan Jumlah Penumpang di Provinsi Sumatera Barat					
	Kereta Api (Jumlah Kereta)			Penumpang (Orang/Person)		
	2019	2020	2021	2019	2020	2021
Januari	682	624	918	113198	140667	68517
Februari	616	754	885	98458	125619	65594
Maret	742	86	980	115987	89823	75428
April	840	624	960	132545	15983	66281
Mei	868	-	990	95221	-	77863
Juni	840	-	960	172538	-	87939
Juli	839	-	920	140771	-	32656
Agustus	868	248	638	103608	45375	5185
September	972	240	780	100762	34996	11401
Oktober	988	248	806	110187	40103	29030
November	919	240	780	116531	46681	46479

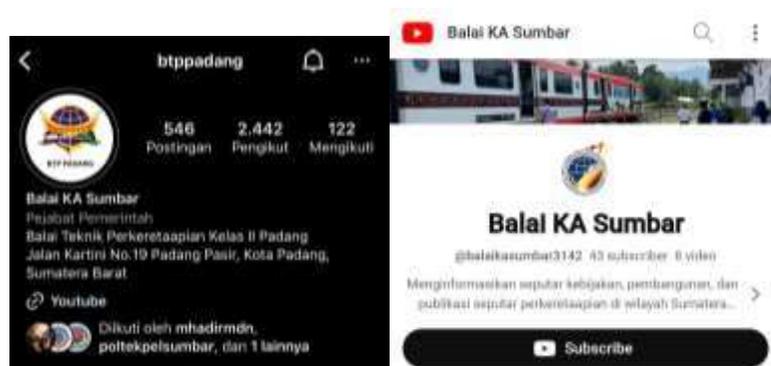
Desember	972	248	806	175128	56262	76454
Tahunan	10146	3312	10423	1.474.934	595.509	642.827

Sumber: PT Kereta Api (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat

Pada data jumlah penumpang Kereta Api Divisi Regional II jumlah penumpang pada tahun 2020 mengalami penurunan dan pada tahun 2021 mengalami kenaikan dari tahun 2020 namun jumlah penumpang tidak melebihi pada tahun 2019. Banyak faktor yang mempengaruhi jumlah penumpang kereta api salah satu upaya yang dapat dilakukan oleh PT.KAI divisi II Sumatra barat dalam hal meningkatkan penumpangnya yakni dapat melakukan kualitas pelayanan.

PT. KAI Divre II Sumatera Barat merupakan salah satu perusahaan yang menggunakan EWOM sebagai alat promosinya. Hal ini terlihat dari adanya media sosial yang dimiliki oleh PT. KAI Divre II Sumatera Barat ini. Berikut merupakan media sosial yang dimiliki oleh PT. KAI Divre II Sumatera Barat.

Gambar 1: media sosial PT. KAI Divre II Sumatera Barat

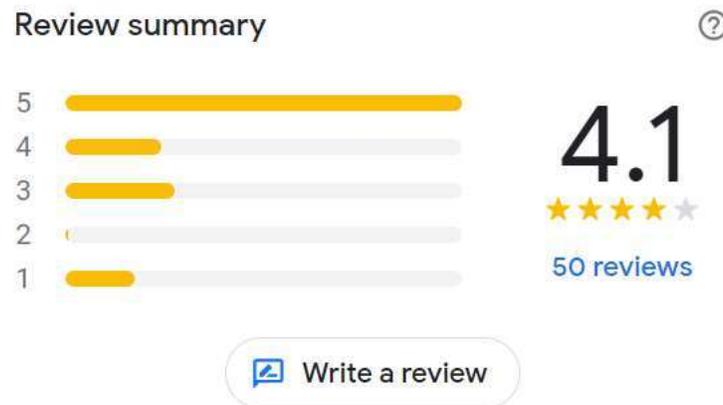


Sumber: media sosial

Namun pada kondisi eksistingnya, pengaplikasian EWOM pada PT. KAI Divre II Sumatera Barat masih kurang optimal. Hal ini terlihat dari keberadaan EWOM yang seharusnya digunakan sebagai wadah promosi dari PT. KAI Divre II Sumatera Barat tidak berjalan lancar. Rendahnya aktifitas EWOM pada PT. KAI Divre II Sumatera Barat disebabkan oleh kurangnya minat pengunjung dalam memberikan *review* atau penilaian terkait PT. KAI Divre II Sumatera Barat ini.

Untuk membuktikan bahwa rendahnya frekuensi konsumen yang menggunakan jasa PT. KAI Divre II Sumbar melakukan EWOM, maka peneliti melakukan observasi awal melalui data sekunder. Hasilnya diketahui bahwa tidak semua penumpang melakukan EWOM. Dikutip dari hasil jumlah konsumen yang melakukan EWOM pada *platform Google Maps* terlihat bahwa hanya ada 50 ulasan terkait jasa PT. KAI Divre II Sumbar, jumlah tersebut hanya 7.77 % dari keseluruhan konsumen yang menggunakan jasa PT. KAI Divre II Sumbar pada tahun 2021 yang mencapai 642.827 penumpang.

Gambar 2: Penilaian Konsumen PT. KAI Divre II Sumbar



Sumber: Google Maps

Setelah melakukan telaah data melalui *platform Google Maps*, peneliti juga melakukan observasi secara langsung terhadap konsumen yang menggunakan jasa PT. KAI Divre II Sumbar ini. Saat pra-penelitian, peneliti melakukan wawancara dengan salah seorang konsumen PT. KAI Divre II Sumbar, beliau mengatakan bahwa “*Sebagian besar konsumen yang menaiki jasa PT. KAI DIVRE II Sumbar ini terutama saya sendiri, bukan karena kepuasan yang didapatkan dari pelayanannya melainkan karena PT. KAI merupakan satu-satunya jasa transportasi yang menawarkan jasa dengan harga terjangkau. Jadi tidak semua konsumen akan melakukan EWOM dan tidak semua konsumen juga membaca ulasan sebelum memilih untuk menggunakan jasa ini*” ujar Naufal selaku salah satu konsumen PT. KAI DIVRE II Sumbar.

Selain itu, Mahadi juga mengatakan bahwa “*untuk pemesanan tiket sendiri didominasi oleh pemesanan secara offline atau langsung ke loketnya. Hal terseut dikarenakan link acces KAI kerap kali mengalami gangguan*”.

Berdasarkan hal tersebut, terlihat bahwa penggunaan fasilitas penunjang berbasis web belum berjalan secara optimal.

PT. KAI Divre II Sumbar merupakan satu-satunya perusahaan kereta api di Sumatera Barat, jadi dapat disimpulkan bahwa PT. KAI Divre II Sumbar merupakan perusahaan yang memonopoli di bidang transportasi jasa perkeretaapian. Menurut Li, (2023) disebutkan bahwa perusahaan monopoli kurang memperhatikan citra dari perusahaannya.

Secara keseluruhan, berdasarkan pengamatan yang telah peneliti lakukan, didapatkan bahwa masih rendahnya tingkat kepuasan konsumen pada PT. KAI Divre II Sumatera Barat ini. Hal tersebut dikarenakan masih rendahnya kualitas pelayanan yang ada di PT KAI ini. Menurut responden yang peneliti temui, terdapat beberapa kendala yang ditemui pada PT. KAI Divre II Sumatera Barat seperti sulitnya pemesanan tiket secara *online*, serta kurangnya kenyamanan yang didapatkan saat menggunakan jasa transportasi ini terlebih pada hari libur. Hal-hal seperti itu tentu sangat berpengaruh terhadap kepuasan dari penumpang, sehingga kepuasan penumpang transportasi ini rata-rata berada pada tingkat yang rendah.

Selain itu, diketahui bahwa EWOM pada konsumen PT. KAI SUMBAR masih rendah. Menurut penelitian yang telah dilakukan oleh Pamungkas (2021), disebutkan bahwa EWOM dipengaruhi oleh citra merek, kualitas pelayanan, dan kualitas produk dengan kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi.

Menimbang hal tersebut, maka peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh Kualitas Pelayannya dan Citra Perusahaan terhadap EWOM melalui Kepuasan Konsumen pada Konsumen Kereta Api di PT. KAI (PERSERO) Divisi Regional II Sumatera**”.

B. Identifikasi masalah

Dari latar belakang yang telah ditulis, penulis memberikan identifikasi masalah sebagai berikut:

- 1) Kualitas pelayanan pada PT. Kereta Api Divisi Regional II Sumatera Barat masih kurang maksimal, hal tersebut ditandai dengan sulitnya pemesanan tiket secara online.
- 2) Citra perusahaan pada PT. Kereta Api Divisi Regional II Sumatera Barat sudah baik namun perlu ditingkatkan lagi agar menarik lebih banyak penumpang.
- 3) Masih kurangnya aktifitas EWOM pada PT. Kereta Api Divisi Regional II Sumatera Barat, sehingga perlu peningkatan agar semakin banyak masyarakat yang menggunakan jasa transportasi ini.

C. Batasan Masalah

Agar permasalahan ini tidak terlalu luas dan fokus untuk mencapai apa yang diharapkan, maka penelitian ini hanya dibatasi pada:

1. Untuk melihat pengaruh kualitas pelayanan terhadap EWOM melalui kepuasan konsumen di PT. KAI Divre II SUMBAR.

2. Untuk melihat pengaruh citra perusahaan terhadap EWOM melalui kepuasan konsumen di PT. KAI Divre II SUMBAR.

D. Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah ditulis, penulis memberikan rumusan masalah yang akan dijadikan bahan untuk memlakukan penelitian sebagai berikut:

- 1) Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap EWOM pada konsumen PT. Kereta Api Divisi Regional II Sumatera Barat?
- 2) Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada konsumen PT. Kereta Api Divisi Regional II Sumatera Barat?
- 3) Apakah citra perusahaan berpengaruh terhadap EWOM pada konsumen PT. Kereta Api Divisi Regional II Sumatera Barat?
- 4) Apakah citra perusahaan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada konsumen PT. Kereta Api Divisi Regional II Sumatera Barat?
- 5) Apakah kepuasan konsumen berpengaruh terhadap EWOM pada PT. Kereta Api Divisi Regional II Sumatera Barat?
- 6) Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap EWOM melalui kepuasan konsumen PT. Kereta Api Divisi Regional II Sumatera Barat?
- 7) Apakah citra kepuasan berpengaruh terhadap EWOM melalui kepuasan konsumen PT. Kereta Api Divisi Regional II Sumatera Barat?
- 8)

E. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari permasalahan ini, yaitu :

- 1) Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap EWOM pada konsumen PT. Kereta Api Divisi Regional II Sumatera Barat?
- 2) Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada konsumen PT. Kereta Api Divisi Regional II Sumatera Barat?
- 3) Untuk mengetahui pengaruh citra perusahaan terhadap EWOM pada konsumen PT. Kereta Api Divisi Regional II Sumatera Barat?
- 4) Untuk mengetahui pengaruh citra perusahaan terhadap kepuasan konsumen pada konsumen PT. Kereta Api Divisi Regional II Sumatera Barat?
- 5) Untuk mengetahui pengaruh kepuasan konsumen terhadap EWOM pada PT. Kereta Api Divisi Regional II Sumatera Barat?
- 6) Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap EWOM melalui kepuasan konsumen PT. Kereta Api Divisi Regional II Sumatera Barat?
- 7) Untuk mengetahui pengaruh citra kepuasan terhadap EWOM melalui kepuasan konsumen PT. Kereta Api Divisi Regional II Sumatera Barat?

F. Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini manfaat yang di harapkan dari hasil penelitian antara lain:

1. Manfaat Teoritis

a. Bagi penulis

Penelitian ini untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang, serta sebagai sarjana untuk mengaplikasikan ilmu yang telah di dapatkan selama perkuliahan, menambah wawasan, mengidentifikasi dan menganalisis masalah.

b. Bagi ilmu manajemen

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai rujukan untuk pengembangan ilmu di bidang manajemen.

c. Bagi Peneliti berikutnya

Hasil peneliti ini diharapkan dikembangkan dan dijadikan sebagai bahan referensi bagi peneliti-peneliti selanjutnya.

2. Manfaat praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan menjadi satu masukan bagi PT.KAI Divisi II untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen, serta EWOM sehingga menciptakan kepuasan konsumen.