

BAB I

PENDAHULUAN

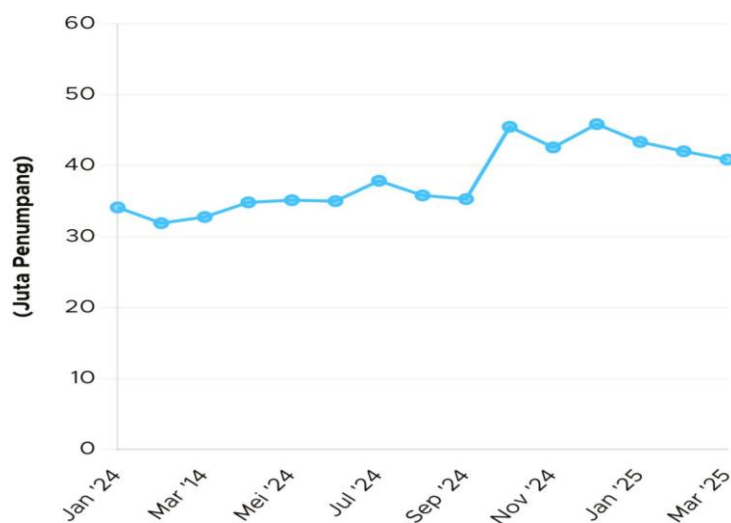
1.1. Latar Belakang Masalah

Transportasi merupakan salah satu elemen penting dalam mendukung aktivitas manusia, baik dibidang sosial, ekonomi, pendidikan, maupun pariwisata. Adanya jenis transportasi yang handal dan efisien menjadi kebutuhan utama bagi masyarakat modern yang mengharuskan tingkat mobilitas yang tinggi. Salah satu moda transportasi yang masih memiliki daya tarik tinggi di Indonesia adalah kereta api. PT. Kereta Api (Persero) 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. Kereta Api merupakan salah satu transportasi yang memiliki karakteristik khusus yang sangat berbeda dengan sarana transportasi lainnya seperti : bus, travel dan alat transportasi umum lainnya.

Keunggulan kompetitif yang dimiliki oleh PT. Kereta Api Indonesia meliputi kemampuan untuk mengangkut penumpang dalam jumlah besar, aksesibilitas ke pusat kota, efisiensi bahan bakar, penghematan lahan, tingkat polusi yang rendah, keamanan relatif tinggi, serta tingkat kecepatan yang lebih unggul dibandingkan dengan alat transportasi lainnya. Sehingga dengan keunggulan kompetitif tersebut kereta api menjadi pilihan utama masyarakat untuk melakukan perjalanan antar kota dan provinsi baik di wilayah pulau

jawa maupun di luar jawa, seperti Sumatera. Selain berperan penting dalam mendukung mobilitas masyarakat, layanan kereta api juga berkontribusi dalam pemerataan pembangunan dan pertumbuhan ekonomi regional, karena mampu menghubungkan berbagai daerah secara efisien.

Direktorat Jenderal Perkeretapian (DJKA) Kementerian Perhubungan telah menetapkan Grafik Perjalanan Kereta Api (GAPEKA) 2025 waktu perjalanan kereta api akan semakin singkat berkat peningkatan kecepatan di 1.076 perjalanan kereta api dengan peningkatan berkisar 5-30 km/jam. Selain peningkatan kecepatan, dibuka juga berbagai rute baru untuk mengakomodir kebutuhan masyarakat. Hal ini merupakan komitmen nyata dari pemerintah untuk menyediakan pelayanan publik yang lebih nyaman dan efisien serta meningkatkan daya saing kereta api sebagai moda transportasi utama di Indonesia. (Sumber djka.kemenuh.go.id). Berbagai upaya perbaikan yang dilakukan pemerintah dan operator kereta api memberikan kontribusi signifikan terhadap meningkatnya minat dan kepercayaan masyarakat. Kereta api semakin menjadi pilihan utama masyarakat yang dapat dilihat dari pertumbuhan jumlah penumpang yang konsisten dari tahun ke tahun. Berikut ini data perkembangan jumlah penumpang kereta api Indonesia :



Sumber : BPS (Badan Pusat Statistik)

Gambar I-1 Perkembangan Jumlah Penumpang Kereta Api Indonesia 2024-2025

Berdasarkan data diatas pengguna moda transportasi kereta api indonesia mencapai 40,88 juta pada Maret 2025. Jika dibandingkan bulan lalu, jumlah penumpang pada Maret ini turun 2,75%. Pada Februari 2025 penumpang kereta api Indonesia mencapai 42,04 juta orang. Total penumpang keseluruhan kereta api Indonesia pada Kuartal I 2025 telah mencapai 126,3 juta penumpang. Volume ini naik 9,37% dibanding periode yang sama tahun lalu.

Dari penjelasan diatas menunjukkan bahwa tren peningkatan jumlah penumpang yang tercatat setiap tahunnya mencerminkan tingginya ketergantungan masyarakat terhadap layanan kereta api sebagai moda transportasi yang efisien dan terjangkau. Terutama di wilayah Kabupaten Kebumen sebagai daerah yang dilintasi jalur utama pantura selatan, Kabupaten Kebumen menjadi salah satu titik penting dalam pelayanan

perjalanan kereta antar kota. Masyarakat semakin memilih kereta api sebagai moda transportasi utama karena dianggap lebih aman, terjangkau, dan memiliki waktu tempuh yang relatif stabil dibandingkan dengan moda transportasi darat lainnya. Fenomena ini menunjukkan adanya perubahan perilaku masyarakat dalam menentukan pilihan transportasi, khususnya untuk perjalanan jarak menengah dan jauh. PT Kereta Api Indonesia memiliki beberapa jenis kereta yang beroperasi melewati stasiun Kebumen diantaranya yaitu KA Sawunggalih, jurusan Kutoarjo – Pasar Senen, KA Fajar Utama YK, jurusan Yogyakarta – Pasar Senen, KA Joglosemarkerto, jurusan Purwokerto – Semarang, KA Progo, Jurusan Lempuyangan – Pasar Senen, KA Gajahwong, Jurusan Lempuyangan – Pasar Senen, KA Wijayakusuma, Jurusan Cilacap – Banyuwangi, KA Kutojaya Selatan, Jurusan Kutoarjo – Kiaracandong, KA Kertanegara, Jurusan Purwokerto – Malang.

Salah satu kereta api yang paling sering digunakan oleh masyarakat kabupaten Kebumen yaitu kereta api Sawunggalih. Kereta ini dipilih karena memiliki frekuensi perjalanan yang tinggi, dalam satu hari memiliki tiga kali jadwal keberangkatan pergi-pulang (PP) dengan waktu tempuh hanya 6 jam yang relatif cepat, serta menjadi salah satu moda transportasi andalan masyarakat Kebumen untuk melakukan perjalanan jarak jauh, khususnya menuju Jakarta. Hal tersebut didukung dengan data penumpang di stasiun Kebumen.

Tabel I-1
Data Penumpang Kereta Api di Stasiun Kebumen Tahun 2025

Jenis Kereta Api	KA Sawunggalih	KA Progo	KA Gajahwong
Bulan			
Januari	2.281	766	467
Februari	1.609	40	265
Maret	1.059	15	287
April	3.390	68	881
Mei	1.944	28	259
Juni	2.872	68	375
Juli	2.574	60	376
Agustus	1.882	53	327
September	2.188	55	294
Oktober	1.859	50	333
November	1.952	290	270
Desember	2.494	292	342
Total	26.104	1.785	4.476

Sumber Data : Stasiun Kebumen 2025

Berdasarkan tabel I-I dapat disimpulkan bahwa kereta api yang dikelola atau dioperasikan PT. Kereta Api Indonesia dengan rute Kebumen – Pasar Senen terdapat 3 kereta api yaitu kereta api Sawunggalih, kereta api Progo, kereta api Gajahwong. Dari ke 3 kereta api tersebut pada tahun 2025, kereta api Sawunggalih memiliki penumpang paling tinggi dibandingkan dengan kereta api Progo dan kereta api Gajahwong dengan jumlah 26.104 penumpang.

Tingginya volume pengguna tersebut menunjukkan bahwa kereta api Sawunggalih menjadi pilihan utama masyarakat dalam memenuhi kebutuhan mobilitasnya. Namun, tingginya jumlah penumpang tidak serta merta mencerminkan tingkat kepuasan yang tinggi. Kenaikan yang signifikan ini bisa menjadi sebuah boomerang juga bagi perusahaan dikarenakan membludaknya penumpang mengakibatkan terjadi berbagai keluhan terkait

aspek kualitas pelayanan menjadi kurang bagus dan kenyamanan perjalanan seperti tidak optimalnya AC, ketidaksesuaian tempat duduk, dan keterlambatan informasi. Serta keluhan-keluhan yang berhubungan dengan fasilitas kereta api contohnya ada perbedaan toilet KA Kelas Ekonomi dan KA kelas Eksekutif. Dan sering terjadi antrian didepan *boarding pass* kereta. Antrian panjang ini membuat konsumen tidak nyaman karena berdiri cukup lama. Hal ini harus diperhatikan oleh perusahaan dengan menganalisis keluhan-keluhan pelanggan.

Keberhasilan perusahaan sangat ditentukan oleh kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggannya seperti keamanan dan kenyamanan gerbong kereta api tetap terjaga dengan baik dan pelanggan yang telah menggunakan jasa transportasi tersebut merasa puas atas layanan yang telah diberikan oleh pihak penyedia jasa transportasi. (Kotler, P., & Keller, 2016) dalam (Santhica & Hadi, 2025) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan seseorang senang atau kecewa yang dihasilkan dari membandingkan kinerja suatu produk atau hasil layanan yang dirasakan terhadap harapan. Pada dasarnya kepuasan suatu pelanggan itu dilihat berdasarkan harapan dan kinerja yang telah dirasakan. Jasa transportasi kereta api Sawunggalih memberikan kepuasan kepada pengguna kereta api Sawunggalih sehingga pelanggan merasakan puas terhadap layanan yang diberikan. Pelanggan yang puas akan terus menggunakan jasa transportasi yang sama untuk jangka waktu yang lama. Selain itu juga akan

merekomendasikan kepada orang lain agar memperoleh kepuasan yang sama dari produk yang ditawarkan.

Penulis melakukan observasi untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan pelanggan (*Customer Satisfaction*) menggunakan Kereta Api Sawunggalih. Hasil observasi yang telah dilakukan oleh penulis terhadap pelanggan yang telah menggunakan kereta api Sawunggalih yaitu menunjukan 33% responden merasakan kepuasan karena kereta api Sawunggalih memberikan kualitas pelayanan yang baik. Sebanyak 10% responden merasakan kepuasan menggunakan kereta api Sawunggalih karena harga kereta relatif murah dan terjangkau. Sebanyak 30% responden memilih menggunakan kereta api Sawunggalih karena nyaman. Sebanyak 24% responden merasakan kepuasan menggunakan kereta api Sawunggalih karena nilai yang dirasakan sebanding dengan biaya yang dikeluarkan. Sebanyak 3% responden merasakan kepuasan menggunakan kereta api Sawunggalih karena merasa percaya dengan kereta api Sawunggalih.

Tabel I-2
Data Observasi Kepuasan Pelanggan (*Customer Satisfaction*)

Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan (<i>Customer Satisfaction</i>)	Jumlah Responden	Prosentase
<i>Service Quality</i>	10	33%
Harga	3	10%
<i>Comfort</i>	9	30%
<i>Customer Value</i>	7	24%
Kepercayaan	1	3%
Total	30	100%

Sumber : data primer diolah 2025

Berdasarkan data diatas, terdapat lima jawaban yang dijadikan sebagai faktor penyebab konsumen merasakan kepuasan menggunakan kereta api Sawunggalih, dari kelima faktor yang ada penulis mengambil tiga yang memiliki jumlah responden paling banyak yaitu *Service Quality*, *Comfort*, dan *Customer Value*.

Menurut (Tjiptono, 2014:268) Kualitas Pelayanan (*Service Quality*) berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan kegiatan konsumen serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan konsumen. Perusahaan atau bisnis untuk dapat bersaing bertahan dan berkembang maka perusahaan harus memberikan pelayanan yang berkualitas agar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Menurut (Nasution & Safina, 2022) kualitas pelayanan (*Service Quality*) merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima (*Perceived Service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*Expected Service*).

Definisi diatas dapat disimpulkan bahwa baik tidaknya kualitas pelayanan suatu jasa tergantung pada kemampuan penyedia produk atau jasa dalam memenuhi harapan konsumen secara konsisten. Seperti yang dilakukan karyawan di dalam kereta api Sawunggalih lakukan terhadap para penumpang. Sebisa mungkin mereka melayani penumpang dengan ramah, selain melayani penumpang dengan ramah, karyawan juga dituntut agar bisa menjalin hubungan yang baik dengan para penumpang. Semua itu dilakukan tidak lain yaitu untuk membuat para penumpang merasa nyaman dengan pelayanan yang diberikan.

Menurut (Tjiptono & Diana, 2022) Kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan konsumen. Sehingga suatu program pemasaran yang baik harus dapat mendorong peningkatan perilaku konsumen dan keputusan membelinya terhadap produk barang ataupun jasa. Kepuasan konsumen ini bisa dipenuhi oleh perusahaan melalui kemudahan dalam pelayanan serta jaminan yang akan diberikan oleh perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh (Santhica & Hadi, 2025) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik menjadikan pelanggan senang dan terkesan saat menggunakan kereta api. Kereta api Sawunggalih selalu berusaha untuk memberikan pelayanan yang memuaskan kepada para pelanggan. Pelayanan tersebut antara lain berupa kemudahan proses pembelian tiket, ketepatan waktu keberangkatan dan kedatangan, kecepatan petugas dalam merespons kebutuhan, penyampaian informasi perjalanan, serta sikap profesional dan ramah kepada para penumpang kereta api Sawunggalih. Hal ini dilakukan karena pemberian pelayanan berkualitas akan mendorong pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Apabila perusahaan mampu memberikan pelayanan sesuai dengan harapan dan kebutuhan pelanggan, maka perusahaan dapat menciptakan kepuasan pelanggan, pada akhirnya kepuasan pelanggan menyebabkan konsumen melakukan pembelian ulang.

Faktor lain dalam mencapai kepuasan pelanggan bukan hanya mencakup kualitas pelayanan tetapi juga kenyamanan selama perjalanan. Castillo *et al.* (2012) dalam (Simanullang, S., 2022) menemukan kepuasan waktu, kenyamanan, aksesibilitas, konektivitas, dan informasi sebagai faktor penting dari kepuasan pelanggan. Selama dalam perjalanan tentunya penumpang harus merasa nyaman sehingga bisa mendapatkan pengalaman perjalanan yang berkesan. Menurut (Kolcaba, 2018) menyatakan bahwa “*Comfort is the immediate experience of being strengthened by having needs for relief, ease, and transcendence.*” Artinya, kenyamanan atau rasa nyaman adalah suatu keadaan telah terpenuhinya kebutuhan dasar manusia yaitu kebutuhan ketentraman, kelegaan (keadaan tenang atau kepuasan), dan transenden (keadaan tentang suatu yang melebihi harapan).

Menurut (Sanjaya, 2018) kenyamanan merupakan perasaan yang dimiliki konsumen saat menggunakan produk atau sesuatu hal yang berkaitan dengan produk tersebut sebagai bentuk penilaian dari dirinya. Pelanggan yang merasa nyaman menggunakan produk perusahaan akan memiliki kecenderungan yang kecil untuk berpindah kepada produk lain dari perusahaan pesaing. Berkaitan dengan hubungan *comfort* terhadap kepuasan konsumen tersebut diyakinkan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Diantari *et al.* (2021) yang menunjukkan bahwa kenyamanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal tersebut mencerminkan bahwa ketika pelanggan merasa nyaman menggunakan Kereta Api Sawunggalih maka kecil kemungkinan pelanggan akan berpindah atau

beralih ke kereta lain dan cenderung akan menggunakan Kereta Api Sawunggalih kembali. Kenyamanan tersebut dapat dilihat dari kondisi fisik fasilitas selama perjalanan, terutama pada kenyamanan tempat duduk seperti ruang kaki yang cukup luas, posisi kursi yang ergonomis, sandaran kursi yang dapat disesuaikan, serta kondisi kursi yang bersih dan nyaman digunakan dalam perjalanan jarak jauh. Selain itu, kenyamanan juga didukung oleh kebersihan kabin, suhu ruangan, tingkat kebisingan, dan kestabilan perjalanan kereta api.

Kenyamanan pelanggan juga dapat dipengaruhi oleh kemudahan dalam memperoleh tiket perjalanan melalui layanan *go show*. Untuk KA Sawunggalih kelas Premium, tarif tiket reguler tersedia dengan kisaran Rp180.000–Rp220.000 per penumpang, sedangkan tarif *go show* kelas Premium sebesar Rp110.000. Perbedaan harga tersebut memberikan keuntungan bagi pelanggan karena dapat memperoleh layanan perjalanan dengan biaya yang lebih terjangkau ketika melakukan pembelian tiket secara *go show*. Adanya layanan tersebut membuat pelanggan merasa lebih praktis, fleksibel, dan tidak terbebani dalam melakukan perjalanan mendadak tanpa harus memesan tiket jauh hari sebelumnya. Kondisi ini dapat meningkatkan rasa nyaman pelanggan karena proses perjalanan menjadi lebih mudah dan efisien.

Produk atau jasa haruslah memberikan nilai yang maksimal dan memberikan kepuasan kepada pembeli sasaran. Pembeli akan memilih produk yang memberikan nilai maksimal bagi mereka sehingga dapat memberikan

kepuasan yang maksimal pula. Nilai dapat didefinisikan sebagai rasio antara apa yang didapatkan dan apa yang diberikan pelanggan atau perbandingan antara manfaat dengan biaya, yaitu manfaat atau harga yang dirasakan dengan persepsi biaya untuk mendapat manfaat tersebut. Menurut (Kotler, 2002:41) definisi nilai pelanggan (*customer delivered value*) adalah selisih antara nilai pelanggan total dan biaya pelanggan total. Kotler menyatakan bahwa manfaat mencakup manfaat fungsional dan manfaat emosional. Konsep nilai pelanggan mengindikasikan suatu hubungan yang kuat terhadap kepuasan pelanggan.

Dari uraian di atas disimpulkan bahwa semakin besar manfaat yang dirasakan dan semakin kecil pengorbanan yang dikeluarkan, maka semakin tinggi nilai pelanggan. Ketika harga tiket kereta api Sawunggalih relatif terjangkau dibandingkan moda transportasi lain dengan rute sama, penumpang merasakan nilai ekonomis karena dengan biaya yang dikeluarkan mereka memperoleh fasilitas dasar yang memadai. Kondisi ini menciptakan persepsi nilai yang positif dan berkontribusi langsung terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini sesuai dengan penelitian Ratnawita *et al.* (2023) bahwa nilai pelanggan merupakan faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dalam penelitiannya menunjukkan hasil yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan penelitian menurut (Sabilul Kirom, Rauly Sijabat, 2024) penilaian pelanggan tidak terbukti berpengaruh dan negatif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Perbedaan hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa hubungan antara nilai pelanggan dan kepuasan pelanggan masih memerlukan pengkajian lebih lanjut, khususnya pada sektor transportasi kereta api. Setiap pelanggan memiliki persepsi yang berbeda terhadap pelayanan, kenyamanan, serta manfaat yang diperoleh dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan selama menggunakan jasa transportasi. Kondisi tersebut menyebabkan tingkat kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor yang berbeda pada setiap objek penelitian. Kereta Api Sawunggalih sebagai salah satu moda transportasi yang banyak digunakan masyarakat Kabupaten Kebumen memiliki karakteristik pelayanan, kenyamanan, harga tiket, serta intensitas penggunaan yang tinggi sehingga menarik untuk dikaji lebih mendalam. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan pengguna jasa kereta api, sekaligus menjadi bahan evaluasi bagi perusahaan dalam meningkatkan kualitas layanan dan mempertahankan loyalitas pelanggan ditengah persaingan transportasi yang semakin berkembang.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH SERVICE QUALITY, COMFORT DAN CUSTOMER VALUE TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION MENGGUNAKAN KERETA API SAWUNGGALIH DI KABUPATEN KEBUMEN”**

1.2. Rumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang yang sudah dijabarkan di atas dan berdasarkan observasi yang telah dilakukan oleh peneliti terhadap 30 responden, peneliti mendapatkan tiga faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan menggunakan kereta api Sawunggalih, yaitu *Service Quality*, *Comfort*, dan *Customer Value*. Menurut Tjiptono (Tjiptono, 2014:268) kualitas pelayanan (*service quality*) berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan kegiatan konsumen serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan konsumen. Perusahaan atau bisnis untuk dapat bersaing bertahan dan berkembang maka perusahaan harus memberikan pelayanan yang berkualitas agar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Menurut Sanjaya dan Sawitri (2018) kenyamanan merupakan perasaan yang dimiliki konsumen saat menggunakan produk atau sesuatu hal yang berkaitan dengan produk tersebut sebagai bentuk penilaian dari dirinya. Pelanggan yang merasa nyaman menggunakan produk perusahaan akan memiliki kecenderungan yang kecil untuk berpindah kepada produk lain dari perusahaan pesaing. Menurut Woodruff dalam Diab, 2009 nilai pelanggan adalah perbandingan antara benefit yang dirasakan konsumen dengan apa yang pelanggan bayar/*cost* untuk mendapatkan ataupun mengonsumsi barang itu, sehingga nilai pelanggan adalah preferensi yang dirasakan pelanggan dan penilaian terhadap atribut produk dan beberapa konsekuensi yang muncul dari penggunaan produk untuk mencapai tujuan dan maksud pelanggan.

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, maka peneliti merumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah *Service Quality* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* menggunakan kereta api Sawunggalih?
2. Apakah *Comfort* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* menggunakan kereta api Sawunggalih?
3. Apakah *Customer Value* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* menggunakan kereta api Sawunggalih?
4. Apakah *Service Quality*, *Comfort* dan *Customer Value* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* menggunakan kereta api Sawunggalih?

1.3. Batasan Masalah

Pembatasan ruang lingkup penelitian diterapkan agar dalam penelitian berfokus pada pokok pembahasan yang ada dan seperti yang diharapkan penulis dan tidak menyimpang dari sasaran yang hendak dijadikan penelitian maka penulis memandang perlu untuk menetapkan batasan masalah sebagai berikut :

1. Responden dalam penelitian ini yaitu pengguna kereta api Sawunggalih kelas premiun di Kabupaten Kebumen minimal 1 kali menggunakan dalam kurun waktu 6 bulan.
2. Usia responden minimal 18 tahun dengan alasan sudah dapat memberikan pendapat yang obyektif.

3. Objek dalam penelitian ini adalah pengguna kereta api Sawunggalih di Kabupaten Kebumen.
4. Penelitian ini dibatasi oleh variabel :
 - a. *Service Quality*

Menurut Tjiptono (2012) Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Menurut Sangadji & Sopiah (2013) dalam Mahira *et al.* (2021) terdapat lima indikator kualitas pelayanan, antara lain :

- 1) Bukti fisik (*Tangible*)
- 2) Keandalan (*Reliability*)
- 3) Daya tanggap (*Responsiveness*)
- 4) Jaminan (*Assurance*)
- 5) Empati (*emphaty*)

- b. *Comfort*

Pengertian *comfort* menurut Hasanah (2020) adalah suatu keadaan seseorang merasa sejahtera atau nyaman baik secara mental, fisik maupun sosial.

Menurut Kolcaba (2018:11) indikator kenyamanan yaitu :

- 1) Kenyamanan fisik
- 2) Kenyamanan psikospiritual
- 3) Kenyamanan lingkungan
- 4) Kenyamanan sosiokultural

c. *Customer Value*

Menurut Woodruff dalam Diab, (2009) nilai pelanggan adalah perbandingan antara benefit yang dirasakan konsumen dengan apa yang pelanggan bayar/*cost* untuk mendapatkan ataupun mengonsumsi barang itu.

Menurut Tjiptono dalam Elita (2021) indikator *Customer Value* yaitu :

- 1) *Emotional Value* (Nilai emosional)
- 2) *Sosial Value* (Nilai Sosial)
- 3) *Performance Value* (Nilai Kualitas)
- 4) *Price/Value for money* (Nilai terhadap biaya)

d. *Customer Satisfaction*

Menurut Kotler (1977) dalam (Lupiyoadi, 2013:228) mendefinisikan kepuasan merupakan tingkat perasaan di mana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk jasa yang diterima dengan yang diharapkan

Menurut Tjiptono dalam Indrasari (2019:92) bahwa terdapat tiga indikator untuk mengukur kepuasan pelanggan yaitu:

- 1) Kesesuaian harapan
- 2) Minat berkunjung kembali
- 3) Kesiediaan merekomendasi

1.4. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh *Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* menggunakan kereta api Sawunggalih.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Comfort* terhadap *Customer Satisfaction* menggunakan kereta api Sawunggalih.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Customer Value* terhadap *Customer Satisfaction* menggunakan kereta api Sawunggalih.
4. Untuk mengetahui pengaruh *Service Quality*, *Comfort* dan *Customer Value* secara bersama-sama berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction* menggunakan kereta api awunggalih.

1.5. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diberikan peneliti yaitu agar penelitian dapat bermanfaat untuk pembaca bermanfaat secara umum dan perusahaan atau usaha yang terkait dengan penelitian ini. Penulis menyatakan bahwa ada dua manfaat yakni manfaat secara teoritis dan manfaat praktis, berikut adalah penjabaran dari keduanya :

1. Manfaat Teoritis

Sebagai penerapan ilmu yang telah didapat selama perkuliahan. Dengan ini diharapkan penulis dapat menambah wawasan dan pengetahuan penulis tentang *service quality*, *comfort* dan *customer value* terhadap *customer satisfaction*.

2. Manfaat Praktis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, masukan dan tambahan pengetahuan terhadap *service quality*, *comfort* dan *customer value* terhadap *customer satisfaction*. Khususnya untuk Kereta Api Sawunggalih.

