

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi (DAOP) 6 Yogyakarta merupakan perusahaan jasa yang bergerak di bidang transportasi. Dengan bidang pelayanan jasa demikian, perusahaan mengandalkan *customer service* sebagai garda depan perusahaan. Dari analisis data temuan di lapangan beserta pembahasannya yang dikaitkan dengan teori, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Jika dilihat secara keseluruhan, pelanggan menilai kredibilitas *customer service* secara positif. Hal ini bisa terlihat dari komponen penilaian terhadap kompetensi *customer service*, *objectivity customer service*, keterpercayaan *customer service*, orientasi *customer service*, dan kedinamisan *customer service* yang mengarah pada penilaian yang positif. Citra perusahaan menjadi baik apabila diimbangi dengan kredibilitas *customer service* yang baik pula. Dari hasil temuan di lapangan, dapat disimpulkan bahwa ada hubungan yang kuat antara kredibilitas *customer service* dengan citra perusahaan. Yang artinya semakin baik kredibilitas *customer service*, maka semakin baik pula citra perusahaan tersebut.

2. Sebagian besar pelanggan memberikan penilaian yang baik antara kredibilitas *customer service* dengan citra perusahaan. Dari hasil temuan di lapangan diketahui ciri demografis (usia, jenis kelamin, dan tingkat pendidikan) memiliki hubungan yang kuat dengan kredibilitas *customer service* dan citra perusahaan. Dengan kata lain, ada hubungan yang signifikan antara kredibilitas *customer service* dengan citra perusahaan setelah dikontrol usia, jenis kelamin, dan tingkat pendidikan. Yang artinya, semakin tinggi usia, perbedaan jenis kelamin, dan tinggi tingkat pendidikan, maka semakin kuat hubungan antara kredibilitas *customer service* dengan citra perusahaan.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka dapat diberikan saran yang mungkin akan menjadi bermanfaat bagi peneliti sejenis atau bagi perusahaan, antara lain:

1. Akademik

Penelitian ini membuktikan bahwa bahwa ada hubungan yang kuat dengan adanya tambahan variabel kontrol. Pada jenis kelamin, wanita cenderung realistis dan memberikan penilaian yang positif. Pada usia, kategori usia produktif mampu memberikan penilaian yang matang dan daya ingat mengenai pengalaman masih cukup baik sehingga mampu memberikan penilaian dengan baik. Pada

tingkat pendidikan, semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang semakin matang di dalam berpikir, bertindak, dan menilai. Temuan ini mempermudah peneliti selanjutnya di dalam menentukan variabel lain agar semakin menguatkan riset.

2. Praktek

- a. Di dalam penelitian ini menyebutkan bahwa terdapat hubungan antara kredibilitas *customer service* dengan citra perusahaan. Oleh sebab itu, *customer service* diharapkan mampu untuk mempertahankan kinerjanya supaya baik di mata masyarakat dan pada akhirnya masyarakat memberikan penilaian yang positif terhadap perusahaan.
- b. Perusahaan mampu mempertahankan dan mampu meningkatkan penilaian yang positif yang ada sehingga pelanggan memiliki kepercayaan yang baik kepada perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber dari buku:

- Cangara, Hafied. 1998. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Devito, Joseph. 2008. *Essentials of Human Communications 6th Edition*. New York: Pearson Education Inc.
- Engel, James, dkk. 1994. *Perilaku Konsumen Edisi Keenam*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Griffin, EM. 2003. *A First Look At Communication Theory*. Singapore: McGraw-Hill.
- Herlambang, Susatyo. 2010. *Public Relations and Customer Service Pedoman Untuk: Sukses Melayani, Memasarkan, dan Menjual*. Yogyakarta: Gosyen Publishing.
- Jefkins, Frank. 2003. *Public Relations* (Rev: Daniel Yadin). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi Kedelapan*. Jakarta: Erlangga.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Kriyantono, Rachmat. 2008. *PR Writing: Media Public Relations Membangun Citra Korporat*. Jakarta: kencana.
- Larson, Charles. 2010. *Persuasion (Reception and Responsibility) 12th Edition*. USA: Wadsworth.
- Lumsden, Gay and Donald Lumsden. 2006. *Communicating With Credibility and Confidence 3rd Edition*. USA: Wadsworth.

- Majid, Suharto A. 2009. *Customer Service Dalam Bisnis Jasa Transportasi*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Mulyana, Deddy. 2007. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Notoatmodjo, Soekidjo. 2007. *Promosi Kesehatan dan Ilmu Perilaku*. ____: Rineka Cipta.
- Pearson, Nelson. 2011. *Human Communication 4th Edition*. USA: McGraw-Hill.
- Putra, Arifin. 2001. *Profesi Public Relations dalam Pencitraan Organisasi*. Bandung: Rosdakarya.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2007. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Ruslan, Rosady. 2003. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Sarjono, Haryadi dan Winda. 2011. *SPSS vs LISREL: Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*. Jakarta: Salemba empat.
- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi. 2008. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3S.
- Soemirat, Soleh dan Elvinaro Ardianto. 2010. *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Spillane, James. 2006. *Managing Quality Customer Service: Pelayanan Yang Berkualitas*. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma.

Wasesa, Silih, A. 2005. *Strategi Public Relations Bagaimana Strategi Public Relations dari 36 Merek Global dan Lokal Membangun Citra, Mengendalikan Krisis, dan Merebut Hati Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

West and Turner. 2007. *Introducing Communication Theory Analysis And Application 3rd Edition*. USA: McGraw-Hill.

Jurnal:

Marzuki. 2011. *Kajian Awal Tentang Teori-teori Gender*. Yogyakarta: UNY.

Sumber dari internet:

[http://www.bumn.go.id/keretaapi/tentang-kami/rencana-kerja/diakses tanggal 1 Agustus 2012](http://www.bumn.go.id/keretaapi/tentang-kami/rencana-kerja/diakses_tanggal_1_Agustus_2012).

[http://travel.kompas.com/read/2011/07/26/11392579/Berlibur.Gunakan.KA.Ini.Dia.Tipsnya/diakses tanggal 23 Agustus 2011](http://travel.kompas.com/read/2011/07/26/11392579/Berlibur.Gunakan.KA.Ini.Dia.Tipsnya/diakses_tanggal_23_Agustus_2011).

[http://www.wartadunia.com/penumpang-ka-naik-30-persen.html/diakses tanggal 23 Agustus 2011](http://www.wartadunia.com/penumpang-ka-naik-30-persen.html/diakses_tanggal_23_Agustus_2011).

[http://vibizmanagement.com/journal/index/category/services_crm/335/20/diakses tanggal 4 Januari 2012/jam 11.58](http://vibizmanagement.com/journal/index/category/services_crm/335/20/diakses_tanggal_4_Januari_2012/jam_11.58)

[http://bidanlia.blogspot.com/2009/06/teori-pengetahuan.html/ diakses tanggal 26 Juni 2012](http://bidanlia.blogspot.com/2009/06/teori-pengetahuan.html/)

[http://www.kereta-api.co.id/tentang-kami/sekilas-sejarah.html/diakses tanggal 6 November 2011/jam18.17](http://www.kereta-api.co.id/tentang-kami/sekilas-sejarah.html/diakses_tanggal_6_November_2011/jam18.17)

Sumber lain yang tidak diterbitkan:

Albania, Malta. 2011. *Pengaruh Kualitas Komunikasi Interpersonal Terhadap Tingkat Pengetahuan Komunikan*. Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Immaculata, Irena. 2011. *Pengaruh Iklim Komunikasi dalam Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan di Sekretariat Daerah Kabupaten Kutai*

Barat, Kalimantan Barat. Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Prasetyo, Witanto. 2011. *Pengaruh Citra Band Endak Soekamti Terhadap Loyalitas Penggemar di Yogyakarta.* Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Rosiana, Novi. 2011. *Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Citra Trans Jogja.* Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Tyas, P, Kunthi. 2012. *Pengaruh Tingkat Pengetahuan Tentang Bencana Merapi Terhadap Citra Pariwisata Yogyakarta Pasca Bencana Merapi 2010.* Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Widyatmoko, E, Vincentia. 2010. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Service Terhadap Citra Perusahaan (Kasus Bank BNI '46 Semarang).* Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Descriptive

1. *Customer service* terampil di dalam menjalankan tugasnya

CS terampil

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Netral	14	14.0	14.0	14.0
Setuju	61	61.0	61.0	75.0
Sangat Setuju	25	25.0	25.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

2. Penjelasan *customer service* dapat dipercaya dan meyakinkan pelanggan

CS dapat dipercaya dan meyakinkan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Netral	21	21.0	21.0	21.0
Setuju	52	52.0	52.0	73.0
Sangat Setuju	27	27.0	27.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

3. *Customer service* memiliki pengalaman yang teruji di bidangnya

Pengalaman CS teruji di bidangnya

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
Netral	26	26.0	26.0	28.0
Setuju	46	46.0	46.0	74.0
Sangat Setuju	26	26.0	26.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

4. *Customer service* ahli di dalam menangani keluhan atau masukan pelanggan

CS ahli menangani keluhan atau masukan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	3.0	3.0	3.0
	Netral	29	29.0	29.0	32.0
	Setuju	42	42.0	42.0	74.0
	Sangat Setuju	26	26.0	26.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

5. *Customer service* menjalankan perannya dengan baik

CS menjalankan peran dengan baik

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Netral	17	17.0	17.0	19.0
	Setuju	58	58.0	58.0	77.0
	Sangat Setuju	23	23.0	23.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

6. *Customer service* memiliki pengetahuan yang luas mengenai kebijakan perusahaan

Pengetahuan CS tentang kebijakan perusahaan luas

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	28	28.0	28.0	28.0
	Setuju	45	45.0	45.0	73.0
	Sangat Setuju	27	27.0	27.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

7. Penjelasan *customer service* mudah dipahami pelanggan

Penjelasan CS mudah dipahami

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	18	18.0	18.0	18.0
	Setuju	63	63.0	63.0	81.0
	Sangat Setuju	19	19.0	19.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

8. Penjelasan *customer service* mampu memotivasi pelanggan

Penjelasan CS mampu memotivasi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Netral	24	24.0	24.0	25.0
	Setuju	48	48.0	48.0	73.0
	Sangat Setuju	27	27.0	27.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

9. *Customer service* memberi jawaban sesuai dengan yang diharapkan pelanggan

CS memberi jawaban sesuai harapan pelanggan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Netral	19	19.0	19.0	21.0
	Setuju	52	52.0	52.0	73.0
	Sangat Setuju	27	27.0	27.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

10. *Customer service* memberikan jawaban sesuai kebijakan dari perusahaan

CS memberi jawaban sesuai kebijakan perusahaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Netral	23	23.0	23.0	24.0
	Setuju	44	44.0	44.0	68.0
	Sangat Setuju	32	32.0	32.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

11. *Customer service* mampu menangani keluhan atau masukan sesuai dengan prosedur

CS menangani keluhan atau masukan sesuai prosedur

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Netral	25	25.0	25.0	27.0
	Setuju	50	50.0	50.0	77.0
	Sangat Setuju	23	23.0	23.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

12. *Customer service* memberikan jawaban sesuai dengan realita

CS memberi jawaban sesuai realita

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	23	23.0	23.0	23.0
	Setuju	50	50.0	50.0	73.0
	Sangat Setuju	27	27.0	27.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

13. *Customer service* konsekuen dengan jawaban yang diberikan

CS konsekuen dengan jawaban

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	24	24.0	24.0	24.0
	Setuju	48	48.0	48.0	72.0
	Sangat Setuju	28	28.0	28.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

14. *Customer service* memberikan jawaban disertai bukti yang akurat

CS memberi jawaban disertai bukti yang akurat

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Netral	27	27.0	27.0	28.0
	Setuju	48	48.0	48.0	76.0
	Sangat Setuju	24	24.0	24.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

15. *Customer service* mampu menangkap hal-hal yang disampaikan pelanggan

CS menangkap hal yang disampaikan pelanggan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	19	19.0	19.0	19.0
	Setuju	48	48.0	48.0	67.0
	Sangat Setuju	33	33.0	33.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

16. *customer service* memiliki persepsi yang sama dengan pelanggan

Persepsi CS sama dengan persepsi pelanggan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	21	21.0	21.0	21.0
	Setuju	53	53.0	53.0	74.0
	Sangat Setuju	26	26.0	26.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

17. *Customer service* mampu mempertahankan kontak mata dengan baik

CS mempertahankan kontak mata dengan baik

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	19	19.0	19.0	19.0
	Setuju	47	47.0	47.0	66.0
	Sangat Setuju	34	34.0	34.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

18. *Customer service* tidak gugup di dalam melayani pelanggan

CS tidak gugup melayani pelanggan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Netral	15	15.0	15.0	17.0
	Setuju	57	57.0	57.0	74.0
	Sangat Setuju	26	26.0	26.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

19. *Customer service* mampu mengakrabkan diri dengan pelanggan

CS mampu mengakrabkan diri dengan pelanggan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Netral	17	17.0	17.0	18.0
	Setuju	50	50.0	50.0	68.0
	Sangat Setuju	32	32.0	32.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

20. *Customer service* menghargai keberadaan pelanggan

CS menghargai keberadaan pelanggan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Netral	23	23.0	23.0	24.0
	Setuju	39	39.0	39.0	63.0
	Sangat Setuju	37	37.0	37.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

21. *Customer service* mampu menguasai suasana pada saat berhadapan dengan pelanggan

CS mampu menguasai suasana

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Netral	29	29.0	29.0	31.0
	Setuju	48	48.0	48.0	79.0
	Sangat Setuju	21	21.0	21.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

22. *Customer service* tidak terlihat kaku saat berhadapan dengan pelanggan

CS tidak terlihat kaku

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	25	25.0	25.0	25.0
	Setuju	49	49.0	49.0	74.0
	Sangat Setuju	26	26.0	26.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

23. *Customer service* bertutur kata dengan baik

CS bertutur kata dengan baik

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	3.0	3.0	3.0
	Netral	27	27.0	27.0	30.0
	Setuju	41	41.0	41.0	71.0
	Sangat Setuju	29	29.0	29.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

24. *Customer service* tidak mudah emosi melayani pelanggan

CS tidak mudah emosi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Tidak Setuju	3	3.0	3.0	4.0
	Netral	26	26.0	26.0	30.0
	Setuju	50	50.0	50.0	80.0
	Sangat Setuju	20	20.0	20.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

25. Keunggulan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi (DAOP) 6 dibandingkan alat transportasi lain

Perusahaan unggul dibanding alat transportasi lain

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Baik	1	1.0	1.0	1.0
	Cukup	13	13.0	13.0	14.0
	Baik	54	54.0	54.0	68.0
	Sangat Baik	32	32.0	32.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

26. Kredibilitas PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi (DAOP) 6 di Indonesia

Keberadaan perusahaan tidak diragukan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Baik	2	2.0	2.0	2.0
	Cukup	12	12.0	12.0	14.0
	Baik	58	58.0	58.0	72.0
	Sangat Baik	28	28.0	28.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

27. Kepedulian PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi (DAOP) 6 kepada pelanggan

Perusahaan peduli pelanggan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Baik	2	2.0	2.0	2.0
	Cukup	18	18.0	18.0	20.0
	Baik	53	53.0	53.0	73.0
	Sangat Baik	27	27.0	27.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

28. Pelayanan terhadap keluhan pelanggan dilakukan secara cepat

Pelayanan keluhan dilakukan cepat

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Cukup	18	18.0	18.0	18.0
	Baik	58	58.0	58.0	76.0
	Sangat Baik	24	24.0	24.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

29. PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi (DAOP) 6 memiliki layanan prima kepada pelanggan

Perusahaan memiliki layanan prima kepada pelanggan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Baik	2	2.0	2.0	2.0
	Cukup	16	16.0	16.0	18.0
	Baik	58	58.0	58.0	76.0
	Sangat Baik	24	24.0	24.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

30. Layanan secara online dilakukan secara cepat

Layanan online dilakukan cepat

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Cukup	16	16.0	16.0	16.0
	Baik	54	54.0	54.0	70.0
	Sangat Baik	30	30.0	30.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

31. Layanan online diakses dengan lancar

Layanan online diakses dengan lancar

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Baik	1	1.0	1.0	1.0
	Cukup	18	18.0	18.0	19.0
	Baik	57	57.0	57.0	76.0
	Sangat Baik	24	24.0	24.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

32. PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi (DAOP) 6 unggul di dalam melayani pelanggan khususnya pelayanan keluhan dan masukan pelanggan kepada perusahaan

Perusahaan unggul melayani masukan atau keluhan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Baik	1	1.0	1.0	1.0
	Cukup	20	20.0	20.0	21.0
	Baik	60	60.0	60.0	81.0
	Sangat Baik	19	19.0	19.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

33. PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi (DAOP) 6 menguasai pasar transportasi darat di Indonesia

Perusahaan pemimpin pasar transportasi darat

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Baik	3	3.0	3.0	3.0
	Cukup	12	12.0	12.0	15.0
	Baik	62	62.0	62.0	77.0
	Sangat Baik	23	23.0	23.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

34. PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi (DAOP) 6 peduli terhadap keluhan dan masukan pelanggan

Perusahaan peduli keluhan dan masukan pelanggan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Baik	1	1.0	1.0	1.0
	Cukup	15	15.0	15.0	16.0
	Baik	61	61.0	61.0	77.0
	Sangat Baik	23	23.0	23.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

35. PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi (DAOP) 6 cepat dan tanggap di dalam mengatasi keluhan dan masukan pelanggan

Perusahaan cepat mengatasi keluhan dan masukan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Baik	2	2.0	2.0	2.0
	Cukup	17	17.0	17.0	19.0
	Baik	51	51.0	51.0	70.0
	Sangat Baik	30	30.0	30.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

36. Keberadaan *customer service* PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi (DAOP) 6 cukup membantu pelanggan menyampaikan keluhan dan masukan

CS perusahaan membantu pelanggan menyampaikan keluhan dan masukan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Baik	2	2.0	2.0	2.0
	Cukup	14	14.0	14.0	16.0
	Baik	54	54.0	54.0	70.0
	Sangat Baik	30	30.0	30.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Kredibilitas CS

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	79	1	1.0	1.0	1.0
	85	4	4.0	4.0	5.0
	86	3	3.0	3.0	8.0
	87	1	1.0	1.0	9.0
	88	6	6.0	6.0	15.0
	89	1	1.0	1.0	16.0
	90	7	7.0	7.0	23.0
	91	3	3.0	3.0	26.0
	92	4	4.0	4.0	30.0
	93	4	4.0	4.0	34.0
	94	2	2.0	2.0	36.0
	95	4	4.0	4.0	40.0
	96	5	5.0	5.0	45.0
	97	3	3.0	3.0	48.0
	98	6	6.0	6.0	54.0
	99	7	7.0	7.0	61.0
	100	9	9.0	9.0	70.0
	101	8	8.0	8.0	78.0
	102	5	5.0	5.0	83.0
	103	1	1.0	1.0	84.0
	104	7	7.0	7.0	91.0
	105	5	5.0	5.0	96.0
	106	1	1.0	1.0	97.0
	107	1	1.0	1.0	98.0
	110	2	2.0	2.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

Citra Perusahaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 42	2	2.0	2.0	2.0
43	2	2.0	2.0	4.0
44	8	8.0	8.0	12.0
45	8	8.0	8.0	20.0
46	14	14.0	14.0	34.0
47	8	8.0	8.0	42.0
48	4	4.0	4.0	46.0
49	8	8.0	8.0	54.0
50	6	6.0	6.0	60.0
51	13	13.0	13.0	73.0
52	9	9.0	9.0	82.0
53	8	8.0	8.0	90.0
54	5	5.0	5.0	95.0
55	4	4.0	4.0	99.0
59	1	1.0	1.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CS terampil	100	3	5	4.11	.618
CS dapat dipercaya dan meyakinkan	100	3	5	4.06	.694
Pengalaman CS teruji di bidangnya	100	2	5	3.96	.777
CS ahli menangani keluhan atau masukan	100	2	5	3.91	.818

CS menjalankan peran dengan baik	100	2	5	4.02	.696
Pengetahuan CS tentang kebijakan perusahaan luas	100	3	5	3.99	.745
Penjelasan CS mudah dipahami	100	3	5	4.01	.611
Penjelasan CS mampu memotivasi	100	2	5	4.01	.745
CS memberi jawaban sesuai harapan pelanggan	100	2	5	4.04	.737
CS memberi jawaban sesuai kebijakan perusahaan	100	2	5	4.07	.769
CS menangani keluhan atau masukan sesuai prosedur	100	2	5	3.94	.750
CS memberi jawaban sesuai realita	100	3	5	4.04	.710
CS konsekuen dengan jawaban	100	3	5	4.04	.724
CS memberi jawaban disertai bukti yang akurat	100	2	5	3.95	.744
CS menangkap hal yang disampaikan pelanggan	100	3	5	4.14	.711
Persepsi CS sama dengan persepsi pelanggan	100	3	5	4.05	.687
CS mempertahankan kontak mata dengan baik	100	3	5	4.15	.716
CS tidak gugup melayani pelanggan	100	2	5	4.07	.700
CS mampu mengakrabkan diri dengan pelanggan	100	2	5	4.13	.720
CS menghargai keberadaan pelanggan	100	2	5	4.12	.795
CS mampu menguasai suasana	100	2	5	3.88	.756
CS tidak terlihat kaku	100	3	5	4.01	.718
CS bertutur kata dengan baik	100	2	5	3.96	.828

CS tidak mudah emosi	100	1	5	3.85	.809
Perusahaan unggul dibanding alat transportasi lain	100	2	5	4.17	.682
Keberadaan perusahaan tidak diragukan	100	2	5	4.12	.686
Perusahaan peduli pelanggan	100	2	5	4.05	.730
Pelayanan keluhan dilakukan cepat	100	3	5	4.06	.649
Perusahaan memiliki layanan prima kepada pelanggan	100	2	5	4.04	.695
Layanan online dilakukan cepat	100	3	5	4.14	.667
Layanan online diakses dengan lancar	100	2	5	4.04	.680
Perusahaan unggul melayani masukan atau keluhan	100	2	5	3.97	.658
Perusahaan pemimpin pasar transportasi darat	100	2	5	4.05	.687
Perusahaan peduli keluhan dan masukan pelanggan	100	2	5	4.06	.649
Perusahaan cepat mengatasi keluhan dan masukan	100	2	5	4.09	.740
CS perusahaan membantu pelanggan menyampaikan keluhan dan masukan	100	2	5	4.12	.715
Kredibilitas CS	100	79	110	96.51	6.458
Citra Perusahaan	100	42	59	48.90	3.617
Valid N (listwise)	100				

Statistics

		Usia Responden	Jenis Kelamin Responden	Tingkat Pendidikan Responden
N	Valid	100	100	100
	Missing	0	0	0

Usia Responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18-40 tahun	73	73.0	73.0	73.0
	41-60 tahun	21	21.0	21.0	94.0
	>60 tahun	6	6.0	6.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

Jenis Kelamin Responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	52	52.0	52.0	52.0
	Perempuan	48	48.0	48.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

Tingkat Pendidikan Responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SD	1	1.0	1.0	1.0
	SMP	16	16.0	16.0	17.0
	SMA	58	58.0	58.0	75.0
	Perguruan Tinggi	25	25.0	25.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Jenis Kelamin Responden	100	1	2	1.48	.502
Tingkat Pendidikan Responden	100	1	4	3.07	.671
Usia Responden	100	1	3	1.33	.587
Valid N (listwise)	100				



Uji Validitas Dan Reabilitas

Variabel Kredibilitas *Customer Service* (X)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.720	24

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
CS terampil	4.11	.618	100
CS dapat dipercaya dan meyakinkan	4.06	.694	100
Pengalaman CS teruji di bidangnya	3.96	.777	100
CS ahli menangani keluhan atau masukan	3.91	.818	100
CS menjalankan peran dengan baik	4.02	.696	100
Pengetahuan CS tentang kebijakan perusahaan luas	3.99	.745	100

Penjelasan CS mudah dipahami	4.01	.611	100
Penjelasan CS mampu memotivasi	4.01	.745	100
CS memberi jawaban sesuai harapan pelanggan	4.04	.737	100
CS memberi jawaban sesuai kebijakan perusahaan	4.07	.769	100
CS menangani keluhan atau masukan sesuai prosedur	3.94	.750	100
CS memberi jawaban sesuai realita	4.04	.710	100
CS konsekuen dengan jawaban	4.04	.724	100
CS memberi jawaban disertai bukti yang akurat	3.95	.744	100
CS menangkap hal yang disampaikan pelanggan	4.14	.711	100
Persepsi CS sama dengan persepsi pelanggan	4.05	.687	100
CS mempertahankan kontak mata dengan baik	4.15	.716	100
CS tidak gugup melayani pelanggan	4.07	.700	100
CS mampu mengakrabkan diri dengan pelanggan	4.13	.720	100
CS menghargai keberadaan pelanggan	4.12	.795	100
CS mampu menguasai suasana	3.88	.756	100
CS tidak terlihat kaku	4.01	.718	100
CS bertutur kata dengan baik	3.96	.828	100
CS tidak mudah emosi	3.85	.809	100

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
CS terampil	92.40	38.970	.305	.709
CS dapat dipercaya dan meyakinkan	92.45	39.159	.238	.713
Pengalaman CS teruji di bidangnya	92.55	38.452	.275	.710
CS ahli menangani keluhan atau masukan	92.60	40.020	.098	.725
CS menjalankan peran dengan baik	92.49	37.808	.399	.701
Pengetahuan CS tentang kebijakan perusahaan luas	92.52	38.858	.247	.712
Penjelasan CS mudah dipahami	92.50	39.485	.241	.713
Penjelasan CS mampu memotivasi	92.50	38.010	.342	.705
CS memberi jawaban sesuai harapan pelanggan	92.47	38.676	.271	.710
CS memberi jawaban sesuai kebijakan perusahaan	92.44	37.623	.370	.702
CS menangani keluhan atau masukan sesuai prosedur	92.57	39.278	.199	.716
CS memberi jawaban sesuai realita	92.47	39.302	.214	.715
CS konsekuen dengan jawaban	92.47	36.959	.480	.694
CS memberi jawaban disertai bukti yang akurat	92.56	38.451	.293	.709
CS menangkap hal yang disampaikan pelanggan	92.37	37.912	.376	.703
Persepsi CS sama dengan persepsi pelanggan	92.46	39.968	.146	.719

CS mempertahankan kontak mata dengan baik	92.36	38.475	.306	.708
CS tidak gugup melayani pelanggan	92.44	37.885	.387	.702
CS mampu mengakrabkan diri dengan pelanggan	92.38	38.824	.264	.711
CS menghargai keberadaan pelanggan	92.39	39.089	.200	.716
CS mampu menguasai suasana	92.63	39.124	.213	.715
CS tidak terlihat kaku	92.50	39.485	.189	.717
CS bertutur kata dengan baik	92.55	39.381	.158	.720
CS tidak mudah emosi	92.66	39.297	.173	.719

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
96.51	41.707	6.458	24

Variabel Citra Perusahaan (Y)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.620	12

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Perusahaan unggul dibanding alat transportasi lain	4.17	.682	100
Keberadaan perusahaan tidak diragukan	4.12	.686	100
Perusahaan peduli pelanggan	4.05	.730	100
Pelayanan keluhan dilakukan cepat	4.06	.649	100
Perusahaan memiliki layanan prima kepada pelanggan	4.04	.695	100
Layanan online dilakukan cepat	4.14	.667	100
Layanan online diakses dengan lancar	4.04	.680	100
Perusahaan unggul melayani masukan atau keluhan	3.97	.658	100
Perusahaan pemimpin pasar transportasi darat	4.05	.687	100
Perusahaan peduli keluhan dan masukan pelanggan	4.06	.649	100
Perusahaan cepat mengatasi keluhan dan masukan	4.09	.740	100

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Perusahaan unggul dibanding alat transportasi lain	4.17	.682	100
Keberadaan perusahaan tidak diragukan	4.12	.686	100
Perusahaan peduli pelanggan	4.05	.730	100
Pelayanan keluhan dilakukan cepat	4.06	.649	100
Perusahaan memiliki layanan prima kepada pelanggan	4.04	.695	100
Layanan online dilakukan cepat	4.14	.667	100
Layanan online diakses dengan lancar	4.04	.680	100
Perusahaan unggul melayani masukan atau keluhan	3.97	.658	100
Perusahaan pemimpin pasar transportasi darat	4.05	.687	100
Perusahaan peduli keluhan dan masukan pelanggan	4.06	.649	100
Perusahaan cepat mengatasi keluhan dan masukan	4.09	.740	100
CS perusahaan membantu pelanggan menyampaikan keluhan dan masukan	4.12	.715	100

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Perusahaan unggul dibanding alat transportasi lain	44.74	11.871	.169	.618
Keberadaan perusahaan tidak diragukan	44.79	11.380	.277	.598
Perusahaan peduli pelanggan	44.86	11.071	.315	.590
Pelayanan keluhan dilakukan cepat	44.85	11.058	.384	.578
Perusahaan memiliki layanan prima kepada pelanggan	44.87	11.448	.256	.602
Layanan online dilakukan cepat	44.77	12.724	-.008	.649
Layanan online diakses dengan lancar	44.87	11.145	.336	.587
Perusahaan unggul melayani masukan atau keluhan	44.94	11.411	.290	.596
Perusahaan pemimpin pasar transportasi darat	44.86	11.192	.319	.590
Perusahaan peduli keluhan dan masukan pelanggan	44.85	11.503	.275	.598
Perusahaan cepat mengatasi keluhan dan masukan	44.82	10.796	.368	.579
CS perusahaan membantu pelanggan menyampaikan keluhan dan masukan	44.79	11.400	.253	.603

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
48.91	13.133	3.624	12

Variabel independen (X) Kredibilitas *Customer service*

DIMENSI KOMPETENSI				
No	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1.	<i>Customer service</i> terampil di dalam menjalankan tugasnya.	0,305	0,17	Valid
2.	Penjelasan <i>customer service</i> dapat dipercaya dan mampu meyakinkan pelanggan.	0,238	0,17	Valid
3.	<i>Customer service</i> memiliki pengalaman yang teruji di bidangnya.	0,275	0,17	Valid
4.	<i>Customer service</i> ahli di dalam menangani keluhan atau masukan pelanggan.	0,098	0,17	Gugur
5.	<i>Customer service</i> menjalankan perannya dengan baik.	0,399	0,17	Valid
6.	<i>Customer service</i> memiliki pengetahuan yang luas mengenai kebijakan perusahaan.	0,247	0,17	Valid
7.	Penjelasan <i>customer service</i> mudah dipahami pelanggan.	0,241	0,17	Valid
8.	Penjelasan <i>customer service</i> mampu memotivasi pelanggan.	0,342	0,17	Valid
DIMENSI OBJECTIVITY				
9.	<i>Customer service</i> memberikan jawaban yang sesuai dengan yang diharapkan pelanggan.	0,271	0,17	Valid
10.	<i>Customer service</i> memberikan jawaban sesuai dengan kebijakan dari perusahaan.	0,370	0,17	Valid
DIMENSI KETERPERCAYAAN				
11.	<i>Customer service</i> mampu menangani keluhan dan masukan pelanggan sesuai dengan prosedur.	0,199	0,17	Valid
12.	<i>Customer service</i> memberikan jawaban sesuai dengan realita.	0,214	0,17	Valid
13.	<i>Customer service</i> konsekuen dengan jawaban yang	0,480	0,17	Valid

	diberikan.			
14.	<i>Customer service</i> memberikan jawaban disertai bukti yang akurat.	0,293	0,17	Valid
DIMENSI ORIENTASI				
15.	<i>Customer service</i> mampu menangkap hal-hal yang disampaikan pelanggan.	0,376	0,17	Valid
16.	<i>Customer service</i> memiliki persepsi yang sama dengan pelanggan.	0,146	0,17	Gugur
17.	<i>Customer service</i> mampu mempertahankan kontak mata dengan baik.	0,306	0,17	Valid
DIMENSI KEDINAMISAN				
18.	<i>Customer service</i> tidak gugup di dalam melayani pelanggan.	0,387	0,17	Valid
19.	<i>Customer service</i> mampu mengakrabkan diri dengan pelanggan.	0,264	0,17	Valid
20.	<i>Customer service</i> menghargai keberadaan pelanggan.	0,200	0,17	Valid
21.	<i>Customer service</i> mampu menguasai suasana pada saat berhadapan dengan pelanggan.	0,213	0,17	Valid
22.	<i>Customer service</i> tidak terlihat kaku saat berhadapan dengan pelanggan.	0,189	0,17	Valid
23.	<i>Customer service</i> bertutur kata dengan baik.	0,158	0,17	Gugur
24.	<i>Customer service</i> tidak mudah emosi melayani pelanggan.	0,173	0,17	Valid

Variabel Dependen (Y) Citra Perusahaan

DIMENSI PERSONALITY				
No	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1.	Keunggulan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi (DAOP) 6 dibandingkan alat transportasi lain.	0,169	0,17	Gugur
2.	Kredibilitas PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi (DAOP) 6 di Indonesia.	0,277	0,17	Valid
3.	Kepedulian PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi (DAOP) 6 kepada pelanggan.	0,315	0,17	Valid
DIMENSI REPUTATION				
4.	Pelayanan terhadap keluhan pelanggan dilakukan secara cepat.	0,384	0,17	Valid

5.	PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi (DAOP) 6 memiliki layanan yang prima kepada pelanggan.	0,256	0,17	Valid
6.	Layanan secara online dilakukan secara cepat.	-0,008	0,17	Gugur
7.	Layanan online diakses dengan lancar.	0,336	0,17	Valid
DIMENSI VALUE				
8.	PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi (DAOP) 6 unggul di dalam melayani pelanggan khususnya pelayanan keluhan dan masukan pelanggan kepada perusahaan.	0,290	0,17	Valid
9.	PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi (DAOP) 6 menguasai pemimpin pasar transportasi darat di Indonesia.	0,319	0,17	Valid
10.	PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi (DAOP) 6 peduli terhadap keluhan dan masukan pelanggan.	0,275	0,17	Valid
11.	PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi (DAOP) 6 cepat dan tanggap di dalam mengatasi keluhan dan masukan pelanggan.	0,368	0,17	Valid
12.	Keberadaan <i>customer service</i> PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi (DAOP) 6 cukup membantu pelanggan menyampaikan keluhan dan masukan kepada perusahaan.	0,253	0,17	Valid

Uji Reliabilitas

No	Variabel	Alpha Cronbach	Standar alpha cronbach	Keterangan
1.	Kredibilitas Customer Service (X)	0,720	0,600	Reliabel
2.	Citra Perusahaan (Y)	0,620	0,600	Reliabel

Korelasi

Korelasi antara Kredibilitas *customer service* (X) dengan citra perusahaan (Y)

		Correlations	
		Kredibilitas CS	Citra Perusahaan
Kredibilitas CS	Pearson Correlation	1	.743**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
Citra Perusahaan	Pearson Correlation	.743**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Korelasi antara Kredibilitas *customer service*(X) dengan citra perusahaan (Y) dikontrol oleh Usia (Z2)

Correlations			Kredibilitas CS	Citra Perusahaan
Control Variables				
Usia Responden	Kredibilitas CS	Correlation	1.000	.767
		Significance (2-tailed)	.	.000
		df	0	97
	Citra Perusahaan	Correlation	.767	1.000
		Significance (2-tailed)	.000	.
		df	97	0

Jenis kelamin laki-laki

Correlations^a

		Kredibilitas CS	Citra Perusahaan
Kredibilitas CS	Pearson Correlation	1	.710**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	52	52
Citra Perusahaan	Pearson Correlation	.710**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	52	52

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

a. Jenis Kelamin Responden = Laki-laki

Jenis kelamin perempuan

Correlations^a

		Kredibilitas CS	Citra Perusahaan
Kredibilitas CS	Pearson Correlation	1	.786**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	48	48
Citra Perusahaan	Pearson Correlation	.786**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	48	48

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

a. Jenis Kelamin Responden = Perempuan

Tingkat Pendidikan SD

Correlations^b

		Kredibilitas CS	Citra Perusahaan
Kredibilitas CS	Pearson Correlation	. ^a	. ^a
	Sig. (2-tailed)	.	.
	N	1	1
Citra Perusahaan	Pearson Correlation	. ^a	. ^a
	Sig. (2-tailed)	.	.
	N	1	1

a. Cannot be computed because at least one of the variables is constant.

b. Tingkat Pendidikan Responden = SD

Tingkat Pendidikan SMP

Correlations^a

		Kredibilitas CS	Citra Perusahaan
Kredibilitas CS	Pearson Correlation	1	.367
	Sig. (2-tailed)		.162
	N	16	16
Citra Perusahaan	Pearson Correlation	.367	1
	Sig. (2-tailed)	.162	
	N	16	16

a. Tingkat Pendidikan Responden = SMP

Tingkat Pendidikan SMA

Correlations^a

		Kredibilitas CS	Citra Perusahaan
Kredibilitas CS	Pearson Correlation	1	.744**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	58	58
Citra Perusahaan	Pearson Correlation	.744**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	58	58

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

a. Tingkat Pendidikan Responden = SMA

Tingkat Pendidikan Perguruan Tinggi

Correlations^a

		Kredibilitas CS	Citra Perusahaan
Kredibilitas CS	Pearson Correlation	1	.879**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	25	25
Citra Perusahaan	Pearson Correlation	.879**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	25	25

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

a. Tingkat Pendidikan Responden = Perguruan Tinggi