



***SERVICE QUALITY, PERCEIVED VALUE, TRUST, TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN PT KERETA API INDONESIA (PERSERO)  
DAERAH OPERASI IX JEMBER***

**SKRIPSI**

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) dan memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Oleh :  
**Zulfahmi**  
NIM : 1410.411.333

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER  
SEPTEMBER, 2018**

## PERSEMBAHAN

Ku persembahkan Skripsi ini untuk :

1. Allah SWT yang senantiasa memberikan rahmat dan hidayahnya
2. Untuk kedua Orang tuaku yang tiada hentinya mencurahkan segenap kasih sayang, nasehat dan penghormatan serta selalu mengiringi perjalanan penulis dengan do'a dan semangat.
3. Untuk Bapak dan Ibuk yang selalu memberikan kasih sayang, perhatian, doa dan restu yang tak pernah henti untukku, yang selalu menemani dan merawatku hingga aku sampai pada titik ini.
4. Untuk saudaraku Rosadi yang selalu memberi semangat dan mendoakan.
5. Untuk sahabat sahabatku yang selalu menyemangati dan menemaniku , terimakasih sudah menjadi teman, sahabat, bahkan saudara selama ini.
6. Untuk Almamater kebanggaanku Universitas Muhammadiyah Jember.

**SKRIPSI**

***SERVICE QUALITY, PERCEIVED VALUE, TRUST, TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN PT KERETA API INDONESIA (PERSERO)  
DAERAH OPERASI IX JEMBER***



Oleh :  
Zulfahmi  
1410.411.333

Pembimbing :

Dosen Pembimbing Utama : Feti Fatimah, SE, MM

Dosen Pembimbing Pendamping : Yohanes Gunawan SE,

MM


## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Zulfahmi  
NIM : 1410411333  
Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul: *Service Quality, Perceived Value, Trust*, Terhadap Loyalitas Pelanggan PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi IX Jember: adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan, saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut dimuka hukum, jika ternyata dikemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember,

Yang menyatakan

Zulfahmi

NIM. 1410411333

## PENGESAHAN

Skripsi berjudul : *Service Quality, Perceived Value, Trust, Terhadap Loyalitas Pelanggan PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi IX Jember* telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari :

Tanggal :

Tempat: Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,

Drs. Anwar Msc

NPK 85 03 125

Anggota 1,

Anggota 2,

Feti Fatimah, SE, MM

Yohanes Gunawan SE, MM

NPK 07 09 622

NPK 15 09 637

Mengesahkan :

Dekan

Ketua Jurusan

Dr. Arik Susbiyani, S.E. M.Si.

Dr. Anwar Msc

NPK 01 09 289

NPK 85 03 125

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya persembahkan kepada Allah Subhanahu Wata'ala, karena berkat izin dan ridhoNya peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul : *“Service Quality, Perceived Value, Trust, Terhadap Loyalitas Pelanggan Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi IX Jember”*

Peneliti sadar bahwa laporan ini tidak mungkin terwujud tanpa bantuan dari pihak lain. Oleh karena itu peneliti menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Dr. Arik Susbiyani, M.Si. sebagai Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember
2. Drs. Anwar, M.Sc. Sebagai Ketua Program Studi Manajemen
3. Drs. Anwar, M.Sc. Sebagai Dosen Penguji
4. Ibuk Feti Fatimah, SE, MM Sebagai Dosen Pembimbing I dan Bapak Yohanes Gunawan, SE, MM sebagai Dosen Pembimbing II yang perhatian dan sabar memberikan segenap waktu, pemikiran, bimbingan, juga nasehat sehingga skripsi ini dapat diselesaikan
5. Seluruh dosen dan staf Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah membimbing sampai akhirnya penulis dapat menyelesaikan studi
6. Teristimewa orang tua tersayang, terimakasih atas dukungan, doa, nasehat, kasih sayang, dan juga perhatian
7. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini

Sesuai dengan pribahasa yang berbunyi “tak ada gading yang tak retak”, peneliti menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, baik karena keterbatasan ilmu yang dimiliki maupun kesalahan dari pihak pribadi. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti, pembaca dan bagi almamater tercinta.

Hormat Saya  
Zulfahmi

## MOTTO

*“Demi Masa Sesungguhnya manusia itu benar-benar berada dalam keraguan kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal msholeh dan nasehat menasehati kebenaran dan nasehat supaya menepati kesabaran”*

*(QS. Sal-Ashar)*

*“Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri, dan apa bila Allah menghendaki terhadap sesuatu kaum, maka tak ada yang dapat menolaknya dan sekali-kali takada pelindung bagi mereka selain dia”*

*(QS.Ar-Ra'd 13 ayat 11)*

*“Allah Senantiasa mendampingi kita dengan suara-suara hati yang merupakan sifat-sifatnya. Apabila kita terjatuh, sadarlah, bahwa itu artinya masih banyak ilmu Allah yang belum kita ketahui. Pelajari kesalahan tersebut, cari jawaban mengapa kita jatuh, ambil jurus kedua dan bangkitlah kembali. Allah yang maha agung begitu mencintai kita dan menunggu kemenangan kita”*

## DAFTAR PUSTAKA

- Alida dkk (2007) Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variable Intervening (Studi Pelanggan di PT. Indo Samudera Perkasa Semarang) *Scientific Journal of Economi*, Vol. 2, No. 2 November 2007. P-ISSN 2407-7658. [Http://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/sji](http://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/sji). e-ISSN 2460-0040
- Andi. Gerry Ramadhan. (2010). Skripsi Program S-1. Pengaruh *Brand Image Fruit Tea* terhadap Loyalitas Konsumen pada PT. Sinar Sosro Kantor. Penjualan Wilayah Jawa Barat Bandung. Universitas Widyatama. Bandung
- Ali Hasan. (2013). Marketing. Jakarta : Media Presindo. Statistik untuk Penelitian. Bandung : Alfabeta.
- Augusty, Ferdinand. (2006). Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen. Semarang: Universitas Diponegoro
- A, Parasuraman. (2001). *The Behavioral Consequences of Service Quality*, Journal of Marketing. Vol 60.
- A, Parasuraman (1998) "Customer Service in Business-to-Business Markets: an agenda for research", *Journal of Business & Industrial Marketing*, Vol. 13 Issue: 4/5, pp.309-321,
- Anderson et. al. (1994), *Customer Loyalty, Market Share, and Profitability: Findings From Sweden*, *Journal of Marketing*. Vol.58, p.53-66
- Angelina, Novita. (1998). Analisa kepuasan konsumen pemakai jasa kereta api JS.950 ArgoBromo terhadap fasilitas dan pelayanan yangdiperoleh.
- Berry, L. L., Parasuraman, A., & Zeithaml, V. A. (2001). *Service Quality Can Often Make The Difference Between a Business's Success and Failure. But What Causes Problems, and What Can Business Do To Eliminate Them? The Answers Are Here*. *Journal of Marketing*, 35-43.
- Bitner, M.J. et Hubbert, A.R. (1994). *Encountersatisfaction Versus Overall Satisfaction Versus quality*, 72-94, in *Service Quality: New Directions in Theory and Practice*. Roland T. Rust et Richard L. Oliver (Eds). London Sage.
- Cavana, Robert Y., & Corbett, Lawrence M. (2007). *Developing Zones of Tolerance for Managing Passenger Rail Service Quality*. *International Journal of Quality & Reliability Management*, vol. 24, no. 1, 7-31.



- Cavana, and Lo YL (2007), *Developing Zones of Issues on Theory and Measurement. 6th World Conference Ontolerance for Managing Passenger rail service quality, Research in the Distributive Trades. The Hague*, 68-76."International Journal of Quality and Reliability Management ",Vol 24, No 1,(2007),pp 7-31,Emerald group publishing ltd.
- Chan, S. (2003), *Relationship Marketing: Inovasi Pemasaran yang Membuat Pelanggan Bertekuk Lutut*, Jakarta: Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama.
- Damayanti (2010) Pengaruh *Experience Quality Terhadap Customer Loyalty , Perceived Value dan Brand Image* Sebagai Variabel Intervening Di de Soematra 1910 Kieh'l Surabaya JURNAL MANAJEMEN PEMASARAN, Vol. 8, No. 2, Oktober 2014. doi:10.9744/pemasaran.8.2.70-8ISSN 1907-235X
- Darsono, Licen Indahwati. (2008), September 6. Hubungan *Perceived Service Quality dan Loyalitas: peran Trust Sebagai Mediator. The 2nd National Conference UKWMS Surabaya*
- Dharmmesta, B.S. (1999). Loyalitas pelanggan:Sebuah kajian konseptual sebagai panduan bagi penalty. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*. Vol. 14, No. 3, 73-88.
- Diah (2010), JURNAL MANAJEMEN PEMASARAN, Vol. 8, No. 2, doi: 10.9744 / pemasaran. 8.2.70 - 8ISSN 1907 - 235X
- Disney, John. (1999). *Customer satisfaction and loyalty: The Critical Elements of Service Quality.Total Quality Management, 10, 491. ABI/INFORM Global (Proquest) database.*
- Fandy Tjiptono,(2005). "Pemasaran Jasa", Malang: Bayumedia Publishing
- Fandy Tjiptono, (2004), *Strategi Pemasaran*, ANDI : Yogyakarta edisi (2),
- Fandy Tjiptono, (2006). *Manajemen Jasa*. ANDI Yogyakarta, Edisi Pertama.
- Ferdinand, Augusty. (2006). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gale (1994), *Metode Penelitian Untuk Bisnis: Pendekatan Perceived Value Keterampilan Emosional*, Yogyakarta edisi ke-4,
- Ghozali, Imam. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghozali, (2009), *Ekonometrika. Teori, Konsep dan Aplikasi dengan SPSS 17*. Semarang: Penerbit BPUNDIP

- Ganesan, Shankar (1994). *Determinants of Long-term Orientation in Buyer-seller Relationships*, *Journal of Marketing*. Vol 58, 1-9
- Griffin. (2003). *Customer Loyalty*, Erlangga, Jakarta.
- Gulo (2010) : <http://marls-gulo.blogspot.co.id/2010/tantangan-yang-dihadapi-dalam-sistem.html>
- Ilham dan Suhardjono (2011). *Penelitian Tindakan Kelas*. Jakarta: PT Bumi Angkasa. Angkasa.
- J.W Stanton, (1984). *Prinsip Pemasaran*, Edisi ketujuh jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Jillian C. Sweeney, Geoffrey N. Soutar, (2001) *Consumer perceived value: The development of a multiple item scale*, *Journal of Retailing*, 77, p. 203–220
- Kotler, Philip & Gary. (2005). *Principles of marketing (8th ed)*. New Jersey: Prentice Hall, Inc
- Kotler dan Keller, (2007). *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12, Jilid 1, PT.Indeks, Jakarta.
- Kotler, Philip. (2006). *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1 dan 2 . Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia
- Kotler, Keller (2009), *Marketing Manajement*, 13<sup>th</sup> edition. Upper Sadle River, NJ Pearson Education, Inc
- Kotler, Philip, (2008), *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan dan Pengendalian*, Edisi Bahasa Indonesia, Prentice-Hall, Yogyakarta: Salemba Empat.
- Kotler, P. and Amstrong, G. (2002), *Definisi & Principles of Marketing*, Edisi Ketujuh. *Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall*.
- Kotler, Philip & Kevin lane Keller (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks,
- Kotler, (2001). *Implementation\_Relationship\_Marketing\_Sebagai\_Strategi* oleh Pelanggan
- Lovelock, Cristoper H. & Lauren K. Wright (2007) *Manajemen Pemasaran Jasa* Jakarta: Indeks.
- Ling, C.E., and Run, C.E. (2009). *Satisfaction and Loyalty :Customer Perceptions of Malaysian Telecommunication Service Providers*, *The Icfai University Journal of Service Marketing*, Vol. VII, No. 1, pp. 6-18

- Lin and C.-J. Lin. (2003). *A study on sigmoid kernels for SVM and the training of nonPSD kernels by SMO-type methods. Technical report, Department of Computer Science, National Taiwan University,*
- Majalah Swa (2004) *Majalah Global Finance The Best Emerging Market Banks* edisi Mei /www.ocbcnisp.com/Groups/Tentang-OCBC-NISP/Awards.asp
- Martul, Shadiqqin, (2004). *Implementasi Dimensi Kualitas Pelayanan Konsumen.* Penerbit Sinar Grafika, Jakarta.
- McIlroy, A. and S. Barnett (2000), "Building Customer Relationships: Do Discount Cards Work?," *Managing Service Quality, Vol 10, No 6, pp. 347-355.*
- Morgan, R. M. And Hunt, S. D (1994). *Factor Affecting Trust in Market Research Relationship. Journal of Marketing, 58 (Juli)*
- Manimaran dkk (2010) Pengaruh Faktor Kepercayaan, Kualitas Layanan, dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Pelanggan Kereta Api Dhoho Oliver, Richard L. (1999), "Whence Consumer Loyalty?," *Journal of Marketing, Vol 63 (Special Issue) pp. 33-44. Proceeding PESAT (Psikologi, Ekonomi, Sastra, Arsitektur dan Teknik Sipil) Bandung 8-9 Oktober 2017. Vol. 5 Oktober 2013. ISSN: 1858-2559*
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., and Berry, L.L. (1990) *A Conceptual Model of Service Quality and its Implications for Future Research. Journal of Marketing, 49(4), 41-50.*
- Parasuraman. A. Valerie, (2001). (Diterjemahkan oleh Sutanto) *Delivering Quality Service.* The Free Press, New York.
- Parasuraman and Colby, *Techno-Ready Marketing: How and Why Your Customers Adopt Technology,* (New York: The Free Press], (2001)
- Parasuraman, A. Valerie, (2001). (Diterjemahkan oleh Sutanto) *Delivering Quality Service. The Free Press, New York.*
- Swasta bayu. (1996). *Azas-Azas Marketing, Edisi 3.* Liberty: Yogyakarta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan & D.* Bandung: Alfabeta.
- Susanti. (2017), *Proceeding PESAT (Psikologi, Ekonomi, Sastra, Arsitektur dan Teknik Sipil) Bandung. ISSN: 1858-2559*
- Sugiyono. (2013). *Statistika untuk penelitian.* Bandung : Alfabeta

- Sugiyono. (2010). Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif. Dan R&D. Bandung : Alfabeta
- Supranto, (2008) statistik Teori dan Aplikasi. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Schneider & White (2004), *Customer Loyalty and Complex Service, The Impact of Corporate Image on Quality, Customer Satisfactio and Loyalty for Customer with Varying Degrees of Service Expertise, International Journal of Service Industry Management*, Vol.9., No.1.p.7-23
- Sulastiyono, A. (2011). Seri Manajemen Usaha Jasa Sarana Pariwisata dan Akomodasi : Manajemen Penyelenggara Hotel. Bandung : CV Alfabeta
- Sukmoro (2017). <http://m.detik.com/news/berita/d-352917/kemenhub-volume-peningkatan-penumpang-KAI-2016-2017-meningkat>.
- Sweeney, J. C., & Soutar, G. N. (2010). "Consumer perceived value: The development of a multiple item scale". *Journal of retailing*, 77(2), 203-220.
- Sivensan, Basrah Saidani, Yusiyana, (2012), *Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty* teh botol sosro Survei Konsumen Teh Botol Sosro di *Food Court ITC Cempaka Mas*, Jakarta timur, *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI) Vol. 3, No. 1.*
- Tjiptono, Fandy; Chandra, Gregorius (1998), *Service, Quality, Satisfaction*, Penerbit Andi Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandi dan Diana Anastasia, (2000), *Total Quality Management*, Hal:66 Andi Yogyakarta
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2007). *Service, Quality & Satisfaction* (2 ed.). Yogyakarta: ANDI.
- Uma Sekaran (2003). Metode penelitian untuk bisnis: Pendekatan pengembangan keterampilan, edisi ke-4,
- Ukudi (2007), *Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah. (Studi Pada PD. BPR Bank Pasar Kendal)*. Mulyo Budi Setiawan Dan Ukudi kepercayaan dan komitmen terhadap loyalitas nasabah pada nasabah PD. BPR Bank Pasar. Kendal. *Jurnal UNSIL (Universitas Siliwangi) Vol 4 (2) Hal. 215-227*
- Victor, Christian, Rotinsulu J.P, Jacky S.B. Sumarauw. (2015). *Pengaruh Customer Relationship Management dan Kepercayaan terhadap Kepuasan serta Dampaknya terhadap Loyalitas Konsumen*. *Jurnal EMBA Universitas Sam Ratulangi Manado*. Vol 3 (2), 671-683.

Wicaksono (2005), *Scientific Journal of Economi*, Vol. 2, P-ISSN 2407-7658.  
[Http://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/sji](http://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/sji). e-ISSN 2460-0040

Wijaya & Samuel (2003), *Service Quality, Perceived Value, Satisfaction, Trust, Dan Loyalitas Pelanggan Pada PT. Kereta Api Indonesia Menurut Penilaian Pelanggan Surabaya*, *JURNAL MANAJEMEN PEMASARAN*, VOL. 4: 23-37

Yayasan Bhakti Ganesha (2017) (n.d), Kecelakaan kereta api di Indonesia.  
<https://www.Sector Study for Railway Sector in Indonesia. Final Report. JBC, 2017.com>

Zeithaml dalam Freddy Rangkuti (2002), *Measuring Customer Satisfaction*, PT. Gramedia Pustaka utama, Jakarta

Zeithaml. &Valarie A., Mary Jo Bitner, and Dwayne D, Gremler (2010) “*Service Marketing Strategy*” in *Wiley International Encyclopedia of Marketing: Marketing Strategy, Vol.1* Robert A Peterson and Roger A.Kerin, Eds, Chichester, UK: John Willey & Sons 208-218

