

## **PENGARUH PEMBELIAN TIKET KERETA API ONLINE MELALUI APLIKASI KAI ACCESS DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI KABUPATEN BEKASI**

*Sopia Aprilia<sup>1</sup>, Salim Siregar<sup>2</sup>, Hawignyo<sup>3</sup>*

*Universitas Singaperbangsa Karawang, Karawang, Indonesia<sup>1</sup>*

*Universitas Singaperbangsa Karawang, Karawang, Indonesia<sup>2</sup>*

*Universitas Singaperbangsa Karawang, Karawang, Indonesia<sup>3</sup>*

*E-mail: 2010631020210@student.unsika.ac.id<sup>1</sup>*

---

**Abstract:** *Aims to examine the effect of purchasing train tickets online via the KAI Access application and service quality on customer satisfaction in Bekasi Regency. Using quantitative descriptive methods with regression, correlation and ANOVA analysis techniques. The results of the research explain that online train ticket purchases partially influence significance on customer satisfaction. Service quality partially influences significance on customer satisfaction. Simultaneously, online train ticket purchases and service quality have a significant influence on customer satisfaction*

**Keywords:** *Trains; Online Tickets; Customer*

---

**Abstrak:** Bertujuan untuk mengkaji pengaruh pembelian tiket kereta api online melalui aplikasi KAI Access dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Kabupaten Bekasi. Menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan teknik analisis regresi, korelasi, dan ANOVA. Hasil penelitian menjelaskan bahwa secara parsial pembelian tiket kereta api online pengaruh signifikansi pada kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan secara parsial pengaruh signifikansi pada kepuasan pelanggan. Secara bersamaan, pembelian tiket kereta api online dan kualitas pelayanan pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

**Kata Kunci:** Kereta Api; Tiket Online ; Pelanggan

### **PENDAHULUAN**

Menurut Annisawati dan Ayuninda (2019) Era modern diwarnai dengan kemajuan transportasi yang luar biasa, menyingkirkan batasan jarak dan waktu. Hal ini mendorong manusia untuk melakukan perjalanan lebih sering dan dalam jumlah yang lebih besar. Di Indonesia, terdapat beberapa macam transportasi utama: darat, laut, dan udara. Contoh kendaraan darat yang populer yaitu kereta api, transportasi tersebut dikelola oleh PT KAI. PT KAI yaitu BUMN yang bertanggung jawab atas penyelenggaraan layanan transportasi kereta api di Indonesia. KAI didirikan dengan tujuan untuk memperluas mobilitas orang dan barang secara massal dengan cara yang efektif dan efisien, demi memenuhi kebutuhan manusia. Sebagai perusahaan transportasi darat, KAI tak henti-hentinya berinovasi mengikuti perkembangan teknologi. Salah satu buktinya adalah peluncuran KAI Access, bertujuan untuk memberikan kemudahan dalam membeli tiket, meraih informasi perjalanan, dan berbagai layanan lainnya.

KAI Access, aplikasi resmi dari PT KAI (Persero), bukan sekedar menawarkan kemudahan pembelian karcis kereta, melainkan beberapa menu bantuan untuk meningkatkan keamanan para penggunaannya (<https://www.kai.id/>). Pengguna dapat mengakses aplikasi ini menggunakan komputer atau handphone.

Menurut Kuswati (2012) KAI Access memiliki keunggulan seperti gampang digunakan perangkat Android & iOS, berguna untuk membeli karcis, sehingga pengguna tidak perlu antri di stasiun, menampilkan jadwal keberangkatan kereta api, menampilkan menu terbaru sesuai kebutuhan pengguna, seperti refund tiket, reschedule jadwal, dan pembelian tiket KAI lokal hingga tiket KAI bandara, memungkinkan pembelian tiket KAI H- 1 bulan menjelang keberangkatan, dan menampilkan QR atau barcode. Tetapi, tentunya aplikasi ini juga masih memiliki kekurangan seperti terkadang mengalami kendala teknis, seperti error saat pemesanan tiket, kurangnya informasi

detail tentang kereta api, seperti fasilitas di dalam kereta, belum tersedia layanan pemesanan makanan dan minuman di atas kereta.

Secara keseluruhan, KAI Access merupakan aplikasi yang bermanfaat bagi para pengguna kereta api di Indonesia. Aplikasi ini menawarkan kemudahan, kenyamanan, dan berbagai fitur yang membantu pengguna dalam merencanakan perjalanan mereka. Menurut data Badan Pusat Statistik, pada 10 tahun terakhir yaitu tahun 2013-2022 yang mengalami kenaikan data penumpang dan mengalami penurunan pada tahun 2020-2022 hal ini disebabkan karena pada saat itu pandemi covid-19 sedang tinggi-tingginya sehingga para pemudik yang pulang kampung terhitung sangat sedikit. Seperti yang terlihat pada tahun 2013-2019 jumlah data penumpang mengalami kenaikan, namun pada tahun 2013-2014 PT KAI belum meluncurkan aplikasi untuk pembelian tiket kereta api. Oleh sebab itu, pembelian tiket pada waktu itu hanya bisa dilakukan di loket stasiun, yang mewajibkan pembeli untuk datang ke stasiun.

PT KAI selalu berusaha memberikan yang dibutuhkan dan diinginkan pelanggannya. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya penumpang yang menggunakan aplikasi KAI Access (Akses Kereta Api Indonesia) untuk membeli tiket kereta api. Aplikasi ini memudahkan proses pembelian tiket dan membantu kelancaran aktivitas penggunanya. Keputusan konsumen dalam memilih produk, termasuk tiket kereta api, tidak dibuat secara impulsif. Ada banyak faktor yang dipertimbangkan sebelum membeli, seperti kualitas produk, harga, promosi, kemudahan akses, layanan, dan merek. (Annisawati dan Ayuninda, 2019)

Almawi dan Magnadi dalam Mahar et al (2020) menjelaskan bahwa pembelian melalui internet tentunya memiliki banyak menimbulkan faktor ketidakpastian, kantor yang minimalis, dan ketidakjelasan komunikasi antara penjual dan pembeli. Kotler dan Armstrong dalam Musyawah (2020) Harga merupakan salah satu faktor penting yang dipertimbangkan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Tingginya harga suatu produk dapat mempengaruhi ekspektasi konsumen terhadap kualitas dan manfaat produk tersebut.

Konsumen bersedia membayar harga mahal jika mereka yakin produk tersebut akan memberikan kepuasan yang tinggi. Sebaliknya, konsumen akan ragu untuk membeli produk dengan harga mahal jika mereka meragukan kualitas dan manfaatnya. Kualitas pelayanan merupakan faktor penting yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Pelayanan yang tinggi akan meningkatkan kepuasan konsumen dan mendorong mereka untuk membeli kembali produk atau jasa yang ditawarkan.

Penelitian yang dilakukan oleh Magenta dan Sugiarto (2015) menjelaskan bahwa faktor keputusan pembelian berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan Penelitian yang dilakukan oleh Thung (2019) menjelaskan hasil penelitian bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Tjiptono dan Chandra dalam Putro (2019) menjelaskan kualitas pelayanan menjadi tolak ukur derajat pelayanan yang disediakan perusahaan.

## METODE PENELITIAN

Penelitian menggunakan metode kuantitatif deskriptif dengan analisis regresi, analisis korelasi, dan analisis ANOVA. Objek penelitian ini adalah perilaku konsumen dalam mempertimbangkan pembelian tiket KAI Access berdasarkan kualitas layanan dan persepsi harga.

## HASIL PENELITIAN

### Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Merupakan metode yang dipakai guna meneliti korelasi antara variabel dependen (Y), dalam hal ini kepuasan pelanggan, dengan 2 ataupun lebih variabel independen (X), yang dalam contoh ini adalah keputusan pembelian dan kualitas layanan:

Tabel 1 Analisis Regresi Linear Berganda

Unstandardized Coefficients				Standardized Coefficients	t	Sig
Model	(Constant)	B	Std. Error	Beta		

1	X1	4.692	1.793		2.616	.010
	X2	.611	.115	.484	5.320	.000
		.553	.109	.445	4.886	.000

Sumber: Olah data, 2023.

Dari tabel diatas didapatkan hasil sebagai berikut:

1. Koefisien regresi pembelian tiket online (b1) sebesar 0,611 bernilai positif artinya semakin baik pembelian tiket online (X1) maka semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan.
2. Koefisien regresi dari kualitas layanan (b2) sebesar 0,533 bernilai positif maka semakin baik kualitas layanan (X2) maka semakin tinggi kepuasan pelanggan.

### Uji T

Analisis statistik dilakukan untuk mengukur pengaruh tiap variabel independen (X1 dan X2) dengan variabel dependen (Y). Pengukuran dilakukan secara terpisah pada setiap variabel independen, sehingga kita dapat mengetahui secara spesifik mana yang memiliki pengaruh yang lebih besar dan mana yang tidak signifikan

H1: Adanya pengaruh positif Pembelian Tiket Online (X1) pada Kepuasan Pelanggan

H2: Adanya pengaruh positif Kualitas Pelayanan (X2) pada Kepuasan Pelanggan

Nilai t tabel diperoleh dengan menghitung derajat kebebasan (df) terlebih dahulu. Menggunakan rumus  $n-k-1$ ,  $n$  = sampel (107) dan  $k$  = jumlah variabel X (2). Dalam kasus ini,  $df = 107-2-1 = 104$ . Nilai t tabel sebesar 1,983.

Tabel 2 Hasil Uji T

Model		Unstandardized Coefficient		Standardized Coefficient	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.692	1.911		4.025	.000
	Total X.2	1.046	0.057	.873	18.378	.000

Sumber: Olah data, 2023.

Uji t menunjukkan pengaruh signifikan ( $p < 0,05$ ) kualitas pelayanan (X2) pada kepuasan pelanggan (Y) ( $t$  hitung  $>$   $t$  tabel). H2 diterima: Kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikansi terhadap kepuasan pelanggan.

### Uji F

Tabel 3 Hasil Uji F

Model		Sum Of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regresion	4375.948	2	2187.974	226.931	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1002.725	104	9.642		
	Total	5378.673	106			

Sumber: Olah data, 2023.

Uji ANOVA menunjukkan pengaruh signifikansi ( $p < 0,05$ ) pembelian tiket online (X1) dan kualitas pelayanan (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) ( $f$  hitung  $>$   $f$  tabel). H3 diterima: Pembelian tiket online & kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikansi pada kepuasan pelanggan.

Variabel independen mampu jelaskan variabel dependen (R2 antara 0-1). Semakin R2 mendekati 1, informasi variabel independen untuk prediksi variabel dependen semakin banyak (Yeni dalam Ilham, 2019).

Tabel 4 Uji Determinasi ( $R^2$ )

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error Of The Estimate
1	.902 <sup>a</sup>	.814	.801	3.10509

Sumber: Olah data, 2023.

Nilai  $R^2$  dalam uji determinasi adalah 0,814. Hal ini berarti bahwa variabel independen (keputusan pembelian, kualitas layanan, dan kepuasan pelanggan) secara bersama-sama mampu menjelaskan sebesar 81,4% variasi variabel dependen (kepuasan pelanggan). Sisa variasi variabel dependen (18,6%) didefinisikan dengan variabel lain yang tidak masuk pada penelitian ini.

## **PEMBAHASAN**

### **Pengaruh pembelian tiket online terhadap kepuasan pelanggan**

Hasil pengujian statistik menjelaskan bahwa adanya hubungan yang signifikan antara pembelian tiket online ( $X_1$ ) & kepuasan pelanggan ( $Y$ ). Berdasarkan kedua bukti uji statistik yang telah dilakukan,  $H_1$  terdapat pengaruh parsial antara pembelian tiket online dan kepuasan pelanggan dapat diterima. Dengan kata lain, terbukti secara statistik bahwa sistem pembelian tiket online memiliki pengaruh yang signifikan pada kepuasan pelanggan.

### **Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan**

Hasil pengujian statistik menjelaskan bahwa adanya hubungan yang signifikan antara kualitas pelayanan ( $X_2$ ) dan kepuasan pelanggan ( $Y$ ). Berdasarkan kedua bukti uji statistik yang telah dilakukan,  $H_2$  terdapat pengaruh parsial antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dapat diterima. Dengan kata lain, terbukti bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan pada kepuasan pelanggan.

### **Pengaruh secara bersamaan pembelian tiket online & kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan**

Pengujian statistik dalam penelitian menjelaskan ada hubungan yang signifikan antara sistem pembelian tiket online ( $X_1$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_2$ ) secara bersama-sama dengan kepuasan pelanggan ( $Y$ ). Dari kedua bukti statistik ini,  $H_3$  terdapat pengaruh simultan antara pembelian tiket online dan kualitas pelayanan pada kepuasan pelanggan dapat diterima. Dengan kata lain, terbukti bahwa pembelian tiket online & kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan pada kepuasan pelanggan.

## **KESIMPULAN**

1.  $H_1$  terdapat pengaruh parsial antara pembelian tiket online dan kepuasan pelanggan dapat diterima. Dengan kata lain, terbukti secara statistik bahwa sistem pembelian tiket online memiliki pengaruh yang signifikan pada kepuasan pelanggan.
2.  $H_2$  terdapat pengaruh parsial antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dapat diterima. Dengan kata lain, terbukti bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan pada kepuasan pelanggan.
3.  $H_3$  terdapat pengaruh simultan antara pembelian tiket online dan kualitas pelayanan pada kepuasan pelanggan dapat diterima. Dengan kata lain, terbukti bahwa pembelian tiket online & kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan pada kepuasan pelanggan.

## **SARAN**

1. Bagi perusahaan  
Semakin baik sistem e-ticketing dan kualitas pelayanan yang ditawarkan, semakin tinggi pula kemungkinan konsumen untuk menggunakan KAI Access. Temuan ini dapat dijadikan acuan bagi PT KAI untuk terus meningkatkan sistem e-ticketing dan kualitas pelayanannya. Dengan demikian, diharapkan tingkat kepuasan konsumen akan semakin tinggi dan mendorong lebih banyak orang untuk menggunakan KAI Access.
2. Bagi penelitian selanjutnya  
Penelitian ini masih dapat diperluas dengan menggali lebih dalam tiga variabel yang telah diuji. Akan lebih baik jika ada penambahan variabel independen selain yang telah diteliti di penelitian ini. Hal ini bertujuan untuk melihat lebih banyak variabel yang berpotensi mempengaruhi kepuasan pelanggan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Anniswati, A. A., & Ayuninda, A. Q. (2019). Pengaruh sikap dan persepsi konsumen terhadap minat menggunakan aplikasi KAI Access di PT Kereta Api Indonesia dengan menggunakan pendekatan Technology acceptance model (TAM). *Jurnal bisnis dan pemasaran*.
- ILHAM AGUSTIAN, H. E. (2019). PENGARUH SISTEM INFORMASI MANAJEMEN TERHADAP PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN DI PT. JASARAHARJA PUTRA CABANG BENGKULU. *Jurnal Professional FIS UNIVED*.
- Kuswati, A. S. (2012). Evaluasi Penerapan Layanan Tiket Kereta Api.
- Mahar, S. R., Kustiyah, E., & Damayanti, R. (2020). Kepercayaan, Kemudahan, Transaksi dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta Api Secara Online (Studi Kasus pada aplikasi KAI Access). *Jurnal Penelitian dan Kajian Ilmiah*.
- Musyawah, I. Y. (2020). PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK BUSANA MUSLIM PADA TOKO RUMAH JAHIT AKHWAT (RJA) DI KABUPATEN MAMUJU. *Journal of Economic, Management and Accounting*.
- Putro, E. F. (2019). Analisis Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Perusahaan Jasa CV Vatfrilla Sukses Jaya Blitar. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*.
- Selama Januari–November 2023, jumlah penumpang angkutan udara internasional naik 135,11 persen dibandingkan periode yang sama tahun 2022. (2024, Januari 2). (Badan Pusat Statistik) Dipetik Juli 7, 2024, dari <https://www.bps.go.id/id/pressrelease/2024/01/02/2358/selama-januarinovember-2023--jumlah-penumpang-angkutan-udara-internasional-naik-135-11-persen-dibandingkan-periode-yang-sama-tahun-2022-.html>
- Thung, F. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Mitra GO-JEK terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi. *Jurnal Bina Manajemen*.