

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN
E-TICKETING KERETA REL LISTRIK PADA STASIUN SENEN JAKARTA**Refi Nurbani ¹; Caesar Aldo Iriansyah ²; Nurmalasari ³Program Studi Sistem Informasi^{1,2,3}Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer Nusa Mandiri ^{1,2,3}<http://nusamandiri.ac.id> ^{1,2,3}refi2501@nusamandiri.ac.id ¹ caesaraldo4@gmail.com ² numalasari.nmr@nusamandiri.ac.id ³

Abstract— Many users ignore online ordering system services even though this service offers effectiveness and efficiency. This is because prospective passengers who still consider booking tickets online are still too complicated and confusing compared to direct ticket purchases. With the E-ticketing service system, it is expected to provide satisfaction to train service users. The analytical method used in this study is Multiple Linear Regression (multiple regression analysis). This method was chosen to determine the relationship of variables and to find out how much influence the independent variable (X) on the hanging variable (Y) both partially and jointly. Through a significant test with t test statistics, the Service Quality Coefficient of 0.0945 means that it is greater than 0.05, H₀ is accepted and H₁ is rejected. And a significant test t calculated the Consumer Satisfaction Coefficient of 0.02718 which means that it is greater than 0.05, H₀ is accepted and H₁ is rejected. While the magnitude of the coefficient of determination obtained is 0.728 which means that 72.8% of the variations that occur with high or low Station Senen Jakarta Customer Satisfaction are due to variations in Service Quality, while the remaining 27.2% cannot be explained or explained.

Keywords: Key Word: Service Quality, Customer Satisfaction

Abstrak— Banyak pengguna yang mengabaikan layanan sistem pemesanan secara online walaupun layanan ini menawarkan efektifitas dan efisiensi. Hal ini dikarenakan calon penumpang yang masih menganggap pemesanan tiket secara online masih terlalu rumit dan membingungkan bila dibandingkan dengan pembelian tiket secara langsung. Dengan adanya sistem layanan E-ticketing diharapkan bisa memberikan kepuasan kepada pengguna jasa kereta api. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Regresi Linear Berganda (multiple regression analysis). Metode ini dipilih untuk mengetahui hubungan variabel serta mengetahui seberapa besar pengaruh variable bebas (X) terhadap variabel gantung (Y) baik secara parsial maupun secara bersama-sama. Melalui uji signifikan dengan statistik uji t, diperoleh Koefisien Kualitas Pelayanan sebesar 0,0945 berarti lebih besar dari 0,05 maka H₀ diterima dan H₁ ditolak. Dan uji signifikan t hitung Koefisien Kepuasan Konsumen sebesar 0,02718 yang berarti lebih besar dari 0,05 maka H₀ diterima dan H₁ ditolak. Sedangkan besarnya nilai koefisien determinasi yang diperoleh adalah 0,728 yang artinya 72,8% variasi yang terjadi terhadap tinggi atau rendahnya Kepuasan Konsumen Stasiun Senen Jakarta disebabkan variasi Kualitas Pelayanan, sedangkan sisanya 27,2% tidak dapat dijelaskan atau diterangkan.

Kata kunci: Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen

PENDAHULUAN

Dikutip dari laman resmi Kereta Rel Listrik (KRL) atau commuterline Indosnesia, bahwa kereta rel listrik merupakan salah satu anak perusahaan di lingkungan PT Kereta Api Indonesia (Persero) (www.krl.co.id), Selain harganya yang ekonomis, kereta rel listrik (KRL) juga merupakan salah satu kendaraan efektif yang dapat membebaskan dari kemacetan lalu lintas yang sering menjadi kendala transportasi umum darat lainnya.

Sistem tiket online atau E- ticketing merupakan suatu cara untuk menyimpan proses penjualan dari aktivitas perjalanan pelanggan tanpa harus mengeluarkan dokumen tiket secara fisik (Hermaniawati & Listyani, 2015). Sistem komputer milik PT. KAI telah menyimpan sistem informasi Electronic ticketing secara digital. E- ticketing bermanfaat untuk meminimalkan biaya yang dikeluarkan dan memaksimalkan kenyamanan penumpang (Setiawan, 2015). Sehingga dengan adanya E-ticketing memberikan

manfaat dalam pengurangan biaya proses tiket, meningkatkan fleksibilitas penumpang, menghilangkan formulir kertas dan, serta agen perjalanan dalam menentukan perubahan jadwal perjalanan.

Berdasarkan permasalahan yang telah dijelaskan sebelumnya, maka penelitian ini akan menganalisa secara lebih lanjut mengenai "Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan E-ticketing Kereta Rel Listrik Pada Stasiun Senen Jakarta".

Pada pelaksanaannya penelitian ini hanya akan membahas reliabilitas (*reability*) dan empati (*emphaty*) pada penggunaan jasa pemesanan tiket secara online (*e-ticketing*). Realibilitas ini berkaitan dengan banyaknya manfaat yang diberikan oleh sistem layanan tersebut maka PT. KAI memberikan fasilitas yang akurat tanpa adanya kesalahan serta penyampaian informasi sesuai dengan waktu yang disepakati. Sedangkan empati berarti PT. KAI harus memahami masalah para penggunaannya dan bertindak demi kepentingan pengguna. Serta memberikan perhatian dan kepeduliannya tentang jam operasional yang nyaman.

Pada prosesnya mengidentifikasi faktor indikator pada penelitian ini akan menggunakan metode analisis Regresi Linear Berganda. Adapun variable yang akan dinilai yaitu kualitas pelayanan (X) dan kepuasan konsumen (Y).

Dimana hipotesa yang tersusun sebagai berikut:

H1 : Semakin stabil sistem layanan jasa pemesanan tiket secara online (e-ticketing) dalam memberikan informasi yang valid, maka akan memberikan pengaruh yang positif terhadap tingkat penggunaannya.

H0 : Semakin buruk (*error*) sistem layanan jasa pemesanan tiket secara online (e-ticketing) dalam memberikan informasi yang valid, maka akan memberikan pengaruh yang negative terhadap tingkat penggunaannya.

BAHAN DAN METODE

Sebuah penelitian yang baik dan jelas arahnya maka akan menghasilkan kesimpulan yang baik pula. Sehingga penelitian terlaksana dengan baik dan sesuai tujuan maka perlu direncanakan langkah-langkah yang harus dilakukan dalam melakukan penelitian, mulai dari tahap awal tentang identifikasi masalah dan tujuan sampai ke tahap akhir tentang kesimpulan dan saran-saran.

Tahap-tahap dalam penelitian dibagi menjadi tiga tahap, yaitu :

1. Mengidentifikasi masalah penelitian, salah satunya dengan cara studi literatur.
2. Pengumpulan data, pada tahap ini peneliti mulai dengan menentukan sumber data, yaitu buku- buku dan jurnal yang berkaitan dengan permasalahan yang dihadapi. Pada tahap ini diakhiri dengan pengumpulan data menggunakan metode observasi dan wawancara.
3. Analisis penyajian data, yaitu menganalisis data dan akhirnya ditarik sebuah kesimpulan.

Instrumen penelitian yang valid jika alat ukur yang digunakan untuk memperoleh data tersebut valid (Samidi, 2015). Instrument penelitian yang dimaksudkan sebagai alat untuk pengambilan data. Peneliti pada prosesnya mengumpulkan data atau menyusun instrumen dari keseluruhan proses penelitian mulai dari perencanaan, pelaksanaan, pengumpulan data, analisis penafsiran data dan pada akhirnya yang akan menjadi sebuah laporan (Isnan, 2013). Pada penelitian ini ditentukan menggunakan Teknik Purposive Sampling untuk instrumen penelitian. Teknik purposive sampling merupakan pengambilan sampel yang tidak memberi kesempatan yang sama kepada seluruh anggota populasi serta menetapkan tujuan tertentu pada sampelnya (Orientani & Jumhur, 2017)

Analisis regresi linier berganda merupakan kegiatan meramalkan perihwal perubahan variabel dependen, jika dua atau lebih variabel independen sebagai faktor predictor terjadi manipulasi (Sugiyono, 2015)

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menerangkan bagaimana hasil Return On Assets (ROA) dipengaruhi oleh Net Interest Margin (NIM) dan Loan to Deposit Ratio (LDR) (Septianita, Winarno, & Arif, 2014). Persamaan analisis regresi linier biasa digunakan untuk menguji hipotesis. Dalam penelitian ini, menggunakan hipotesis sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon \dots\dots\dots (1)$$

1. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji statistik F digunakan untuk mengukur pengaruh variabel independen terhadap variabel terkait (Maniek, 2013). Pengujian kedua hipotesis menggunakan uji statistik F, yaitu sebagai berikut:

- a. Jika nilai F lebih besar dari pada 4 maka Ho ditolak dengan derajat kepercayaan 5%, berarti dapat menerima hipotesis alternatif. Dimana yang menyatakan semua variabel independen secara bersamaan, serta signifikan dapat mempengaruhi variabel dependen.

b. Membandingkan nilai F, jika nilai F hitung lebih besar, maka H_0 tidak puas dan H_1 puas.

2. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)

Digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara individual dalam menjelaskan variabel dependen (Maniek, 2013). Pada proses pengujian menggunakan signifikan level 0,05 ($\alpha=5\%$). Hasil hipotesis diterima atau ditolak dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Nilai signifikan $\leq 0,05$, artinya hipotesis diterima maksudnya koefisien regresi signifikan. Hasil ini dapat diartikan secara parsial, bahwa variabel independen mempengaruhi secara signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Nilai signifikan $> 0,05$, artinya hipotesis ditolak maksudnya koefisien regresi tidak signifikan. Hasil ini dapat diartikan secara parsial, bahwa variabel independen tidak mempengaruhi secara signifikan terhadap variabel dependen.

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi berfungsi mengukur kemampuan model untuk menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi yaitu antara nilai 0 sampai dengan 1. Jika Nilai R^2 kecil maka fungsi variable independen memiliki keterbatasan dalam menentukan variasi variabel dependen. Jika variabel independen memberikan sebagian besar informasi yang diperlukan untuk memprediksi variasi variabel dependen maka nilai yang dihasilkan mendekati nilai 1.

$$R^2 = \frac{\sum(\hat{Y}-Y)^2}{\sum(Y-\bar{Y})^2} \dots\dots\dots (2)$$

Dimana :
 R^2 = koefisien determinasi \hat{Y} = hasil regresi
 \bar{Y} = Y rata - rata
 Y = Y hasil observasi.

4. Kualitas Pelayanan

Mengetahui kualitas pelayanan dilakukan dengan cara membandingkan pemahaman konsumen terhadap layanan yang konsumen terima. Kualitas pelayanan sebagai tolak ukur tingkat kebaikan yang diberikan mampu memberikan kesesuaian dengan harapan konsumen (Rahmawati & Hudayatin, 2014). Dalam menilai pelayanan, pelanggan dapat menggunakan metode SERQUAL (*Service Quality*). Dimana memiliki lima dimensi pokok yang terdapat pada SERQUAL (*Service Quality*) (Hamdani & Lupiyoadi, 2006) diantaranya:

- a. Berwujud (*Tangibles*)

Kapabilitas perusahaan dalam menampilkan keberadaannya kepada pihak eksternal. Biasanya salah satu usaha perusahaan jasa memberikan kualitas layanan kepada konsumen, berdasarkan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan. Faktor ini dapat diandalkan serta keadaan lingkungan sekitarnya.

- b. Keandalan (*Reliability*)
 Kapabilitas perusahaan menyediakan pelayanan secara akurat dan terpercaya. Kinerja sesuai dengan harapan pelanggan. Hal ini tercermin dari ketepatan waktu, akurasi yang tinggi, tidak membedakan pelayanan untuk setiap konsumen. dan sikap simpatik.
- c. Daya tanggap (*Responsiveness*)
 Kapabilitas perusahaan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat dalam penyampaian informasi kepada konsumen. Mengabaikan pelanggan menunggu tanpa alasan, menyebabkan penilaian yang negatif dalam kualitas pelayanan.
- d. Jaminan (*Assurance*)
 Memiliki ilmu pengetahuan, etika yang baik dan kemampuan setiap karyawan perusahaan dalam menumbuhkan kepercayaan para konsumen kepada perusahaan.
- e. Empati (*Empathy*)
 Memberikan perhatian yang tulus kepada konsumen dalam upaya memahami kemauan pelanggan secara spesifik, memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

5. Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen menggambarkan pencapaian perasaan pelanggan akan kesenangan atau kekecewaan yang diperoleh dari membandingkan kinerja produk yang dirasakan (atau hasil) dengan harapan mereka (Setiawan, 2015)

Beberapa aspek penting saling berkaitan berperan penting dalam mengukur tingkat kepuasan pelanggan. Seperti lima konsep yang harus diukur dari kepuasan pelanggan, diantaranya (Tjiptono,2015):

- a. Kepuasan konsumen keseluruhan
- b. Konfirmasi Harapan
- c. Minat Pembeli (*repurchase item*)
- d. Kesiediaan untuk merekomendasikan (*Willingness to Recommend*)
- e. Ketidakpuasan konsumen (*Customer Dissatisfaction*)

6. Tiket Elektronik (*e-Ticketing*)

E-Ticket merupakan tiket elektronik. Tiket digital atau elektronik yang digunakan untuk berbagai transaksi transportasi umum E-Ticket biasanya tidak dapat dipindahtangankan dan

berupa sederhana seperti nomor konfirmasi atau kode (Restuti, Musfar, & Wenda, 2014). E-Ticket merupakan jenis umum dari tiket untuk transportasi umum, yang menawarkan peningkatan keamanan dan kenyamanan.

Beberapa keuntungan yang didapatkan dalam penggunaan E-ticket adalah:

- Proses reservasi/booking dapat dilakukan dari mana saja dan kapan saja.
- Data yang transparan langsung dari website.
- Proses reservasi langsung.
- Dapat mencetak tiket sendiri dan dapat langsung digunakan.
- Pembayaran melalui transfer bank, sehingga lebih cepat dan akurat.

Namun terdapat juga beberapa kelemahan dari sistem E-ticket diantaranya adalah:

- Tidak semua orang mengerti tentang internet, artinya belum bisa mengoperasikan internet itu sendiri.
- Keterbatasan pihak KRL dalam memasarkan tiketnya secara online.
- Belum semua orang mengetahui tentang bagaimana caranya memesan tiket secara online.
- Belum semua orang mengetahui dan paham betul tentang e-ticket.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Data Tabulasi

Responden sebagai objek yang memberikan manfaat terhadap karakteristik responden untuk menganalisa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna E-ticketing pada layanan jasa tiket di Stasiun Senen Jakarta. Responden yang dibutuhkan oleh peneliti dalam proses penelitian ini merupakan warga yang menggunakan layanan E-ticketing. Berikut ini merupakan penjelasan mengenai profil yang diambil berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan dan penghasilan.

Tabel 1. Usia

	Frekuensi	Persentase	Valid Persentase	Cumulatif Persentase
Valid laki-laki	28	56,0	56,0	56,0
perempuan	22	44,0	44,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

Tabel 2. Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid > 20 s/d 30 th	25	50,0	50,0	50,0
> 30 s/d 40	16	32,0	32,0	82,0
> 40 s/d 50 th	9	18,0	18,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

Tabel 3. Pekerjaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid PNS/BUMN	7	14,0	14,0	14,0
ABRI/POLRI	3	6,0	6,0	20,0
Buruh	13	26,0	26,0	46,0
Wiraswasta/Pengusaha	18	36,0	36,0	82,0
Pegawai Swasta/Karyawan Lain-lain	4	8,0	8,0	90,0
Total	50	100,0	100,0	100,0

Tabel 4. Penghasilan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3.000.000	18	36,0	36,0	36,0
> 3.000.000	25	50,0	50,0	86,0
5.000.000	1	2,0	2,0	88,0
> 5.000.000	6	12,0	12,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

Tabel 5. Pendidikan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SD	1	2,0	2,0	2,0
SMA	23	46,0	46,0	48,0
D3	17	34,0	34,0	82,0
S1	9	18,0	18,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

Regresi linear sederhana merupakan analisis statistik untuk melihat adanya pengaruh satu variabel independen terhadap satu variabel dependen (Restuti et al., 2014). Dalam penelitian ini, analisis regresi linear sederhana digunakan untuk melihat pengaruhnya Kualitas Pelayanan

terhadap Kepuasan Konsumen pada Layanan Jasa *E-ticketing*.

Persamaan umum regresi linear berganda sederhana adalah :

$$Y = 0,884 + 4,725X + 1,359X + e$$

1. Konstanta sebesar 0,884 menyatakan bahwa jika variabel kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen dianggap konstan, maka dalam kepuasan konsumen yang diperoleh adalah sebesar 0,884.
2. Koefisien regresi 4,725 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 nilai atau skor pada variabel kualitas pelayanan akan meningkatkan kepuasan konsumen yang diperoleh adalah sebesar 4,725

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil - hasil penelitian dan pembahasan mengenai Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan E-ticketing Kereta Rel Listrik Pada Stasiun Senen Jakarta, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah adanya suatu kepuasan terhadap Kualitas Pelayanan (X) yang positif dan signifikan pada Kepuasan Konsumen (Y). Melalui uji signifikan dengan statistik uji t, diperoleh t hitung terhadap Koefisien Kualitas Pelayanan sebesar 0,0945 berarti lebih besar dari 0,05 maka H0 diterima dan H1 ditolak. Dan uji signifikan t hitung Koefisien Kepuasan Konsumen sebesar 0,02718 yang berarti lebih besar dari 0,05 maka H0 diterima dan H1 ditolak. Sedangkan besarnya nilai koefisien determinasi yang diperoleh adalah 0,728 yang artinya 72,8% variasi yang terjadi terhadap tinggi atau rendahnya Kepuasan Konsumen terhadap Pelayanan E-ticketing Kereta Rel Listrik Pada Stasiun Senen Jakarta disebabkan variasi Kualitas Pelayanan, sedangkan sisanya 27,2% tidak dapat dijelaskan atau diterangkan.

REFERENSI

- Hamdani, A., & Lupiyoadi, R. (2006). *Manajemen pemasaran Jasa* (2nd ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Hermaniawati, N., & Listyani, R. H. (2015). Motif Pemanfaatan Layanan Elektronik Tiket (E-Ticketing) Oleh Pengguna Kereta Api Di Surabaya. *Paradigma*, 3(3), 1-7. Retrieved from <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/paradigma/article/view/13046>
- Isnain, M. A. (2013). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Online Reservation Ticket Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada PT Kereta Api Indonesia Daop 4 Semarang) (Diponegoro University). Diponegoro University, Semarang. Retrieved from <http://eprints.undip.ac.id/42170/1/ISNAIN.pdf>
- Maniek, L. (2013). Promosi E-Ticketing terhadap Kepuasan Konsumen yang Berdampak pada Loyalitas Pelanggan. *The Winners*, 14(1), 42-47. Retrieved from <https://journal.binus.ac.id/index.php/winners/article/view/643>
- Orientani, R., & Jumhur, H. M. (2017). Kualitas Layanan Tiket Elektronik Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen (JRBM)*, 10(2), 42-50. Retrieved from <http://www.journal.unpas.ac.id/index.php/jrbm/article/view/469>
- Rahmawati, L., & Hidayatin, N. (2014). Kualitas Pelayanan Dan Pengaruhnya Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Di Bmt Ugt Sidogiri Capem Waru. *EL-Qist: Journal of Islamic Economic and Business (JIEB)*, 04(1), 763-788. Retrieved from <http://jurnalfebi.uinsby.ac.id/index.php/elqist/article/view/66>
- Restuti, S., Musfar, T. F., & Wenda, S. (2014). Analisis Kepuasan Konsumen atas Kualitas Layanan Electronic Ticketing Dalam Pembelian Tiket Pesawat Di Kota Tanjungpinang. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Bisnis*, 6(2), 94-104. Retrieved from <https://pekbis.ejournal.unri.ac.id/index.php/JPEB/article/view/2156>
- Samidi. (2015). Pengaruh Strategi Pembelajaran Student Team Heroik Leadership Terhadap Kreativitas Belajar Matematika Pada Siswa SMP Negeri 29 Medan. *EduTech: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 1(1), 1-16. Retrieved from <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/edutech/article/view/272>
- Septianita, W., Winarno, W. A., & Arif, A. (2014). Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, Kualitas Pelayanan Rail Ticketing System (RTS) terhadap Kepuasan Pengguna (Studi Empiris pada PT. Kereta Api Indonesia (PERSERO) DAOP 9 Jember). *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 1(1), 53-56.

- Retrieved from Pengguna Jasa Kereta Api). *SITEKIN: Jurnal Sains Dan Teknologi Industri*, 12(2), 204–211. Retrieved from <http://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/sitekin/article/view/929>
- Setiawan, E. B. (2015). Analisis Pengaruh Nilai Teknologi Informasi Terhadap Keunggulan Bersaing Perusahaan (Studi Kasus Pemanfaatan E-Ticketing Terhadap Loyalitas
- Sugiyono. (2015). *Metode penelitian kombinasi (mixed methods)*. Bandung: Alfabeta.