Pengaruh e- Service Quality Aplikasi Kai Access Terhadap Kepuasan Customer Pada PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 2 Bandung Tahun 2022

The Effect Of e-Service Quality Of Kai Access Application On Customer Satisfaction At PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 2 Bandung in 2022

1st Tiara Oktaviani T
Fakultas Ilmu Terapan
Universitas Telkom
Bandung, Indonesia
tiaraoktaviani@student.telkomuniversity.ac.id

2nd Fanni Husnul Hanifa
Fakultas Ilmu Terapan
Universitas Telkom
Bandung, Indonesia
fanni.husnul@tass.telkomuniversity.ac.id

Abstrak*—Perkembangan teknologi dimanfaatkan untuk mempermudah masyarakat dalam melakukan pembelian secara online. PT Kereta Api Indonesia menjadi salah satu perusahaan yang telah mengikuti perkembangan kemajuan teknologi. PT Kereta Api Indonesia memudahkan para konsumen/pengguna jasa kereta api dalam melakukan pembelian tiket kereta api secara online. Dalam hal tersebut PT Kereta Api Indonesia (Persero) memiliki aplikasi yang namanya Kai Access yang dibuat supaya bisa memudahkan dalam membooking ticket dan juga untuk mengakses informasi seputar transportasi kerta api. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis bagaimana pengaruh E-service Quality melaui aplikasi Kai Access terhadap kepuasan pelanggan. E-service Quality atau kualitas bisa disebut dengan pelayanan elektronik berbasis internet yang memudahkan pengguna dalam menggunakan aplikasi. Penelitian ini bersifat kuantitatif deskriptif, Data diperoleh menggunakan metode kuesioner terhadap 100 responden yang didapat dengan menggunakan pendekatan Bernoulli. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear sederhana. Hasil Penelitian yang didapat mengungkapkan besarnya nilai E-service Quality sebesar 82% dalam kategori baik, sedangkan nilai Kepuasan pelanggan sebesar 86% dalam kategori sangat baik. Pengaruh E-service Quality terhadap kepuasan pelanggan sebesar 55,4% pengaruh dan sisanya 44,6% disebabkan oleh variabel-variabel lain yang tidak terdapat di dalam penelitian ini. Pada penelitian ini juga diperoleh persamaan regresi linear sederhana yaitu 0,000 < 0,005, sehingga dapat disimpilkan bahwa variable E-Service Quality (X) berpengaruh kepuasan pelanggan (Y).

***Kata kunci*—E- Service Quality, Kepuasan Pelanggan.**

Abstract*— Technological developments are used to make it easier for people to make purchases online. PT Kereta Api Indonesia is one of the companies that has followed the development of technological advances. PT Kereta Api Indonesia makes it easy for consumers / users of train services to purchase train tickets online. In this case PT Kereta Api Indonesia (Persero) has an application called KAI Access which was created to make it easier to book tickets and also to Access information about rail transportation. The purpose of this study is to analyze how the effect of E-service Quality through the KAI Access application on customer satisfaction. E-service Quality or quality can be called internet-based electronic services that make it easier for users to use applications. This research is quantitative descriptive, data obtained using a questionnaire method to 100 respondents obtained using the Bernoulli approach. This research uses simple regresi linear analysis. The results of the study revealed that the value of E-service Quality was 82% in the good category, while the value of customer satisfaction was 86% in the very good category. The effect of E-service Quality on customer satisfaction is 55.4% and the remaining 44.6% is caused by other variables not included in this study. In this study also obtained a simple linear regression equation that is 0.000 <0.005, so it can be concluded that the variable E-service Quality (X) has an effect on customer satisfaction (Y).

***Kata kunci*—e-servicequality, customer satisfaction**

I. PENDAHULUAN

Membahas tentang PT Kereta Api yang mengembangkan sistem untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan memudahkan para konsumen/pengguna jasa kereta api dalam

melakukan pembelian tiket kereta api. Yang dimana PT Kereta api membuat aplikasi yaitu aplikasi Kai Access, Aplikasi ini dibuat untuk mempermudah pengguna kereta api dalam melakukan pembelian tiket kereta api. Dalam adanya E-service Quality untuk menunjang kualitas pelayanan pada aplikasi atau system pembelian tiket hanya dengan mendownload di handphone atau smartphone. Dalam aplikasi Kai Access ini terdapat keluhan terhadap E-Service Quality pada kepuasaan pelanggan.

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti mengambil judul yang berkaitan dengan penelitian ini yaitu "Pengaruh E-Service Quality Aplikasi Kai Access Terhadap Kepuasan Customer Pada Pt Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 2 Bandung Tahun 2022"

Berdasarkan uraian dalam latar belakang penelitian diatas, maka rumusan permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

A. Bagaimana E-service Quality pada aplikasi Kai Access di Daop 2 Bandung?

B. Bagaimaa kepuasan pelanggan pada aplikasi Kai Access di Daop 2 Bandung?

C. Bagaimana pengaruh E-service Quality terhadap kepuasan pelanggan pada aplikasi Kai Access di Daop 2 Bandung?

II. KAJIAN TEORI

A. Pemasaran

Menurut Kotler dan Keller dalam Saleh & Said (2019:11) pemasaran adalah fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan dan memberikan nilai kepada pelanggan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pihak pihak yang berkepentingan terhadap organisasi (Stakeholder).

B. Manajemen Pemasaran

Menurut Kotler dan Amstrong (dalam Priansa,2017:4) menjelaskan manajemen pemasaran ialah suatu upaya manusia untuk mencapai hasil pertukaran yang diinginkan dan membangun hubungan yang erat dengan konsumen dengan cara yang menguntungkan bagi perusahaan.

C. Kualitas Pelayanan

Menurut Arianto (2018:83) kualitas Kualitas Pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan.

D. e-Service Quality

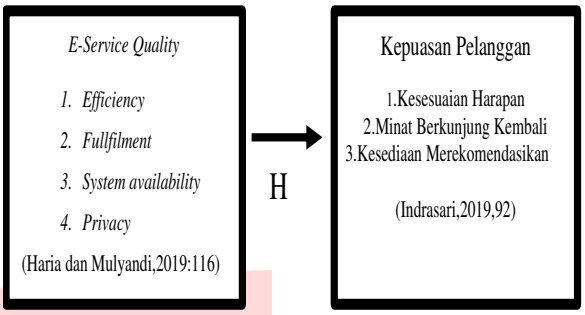
Menurut Zeithaml et. Al., dalam Tobagus (2018:2) E-service Quality dapat diartikan sebagai sejauh mana sebuah situs web memfasilitasi belanja, pembelian, dan pengiriman yang efisien dan efektif.

E. Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler dan Keller (2018:138), kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspetasi mereka.

F. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran untuk menggambarkan variabel indipenden yaitu E-service Quality (X) dan variabel dependen yaitu Kepuasan Pelanggan (Y). Kerangka pemikiran sebagai berikut:



GAMBAR 1
KERANGKA PENELITIAN
DATA OLAH PENULIS, 2022

III. METODE

Menurut Sugiyono (2018:15) metode kuantitatif adalah digunakan untuk meliputi populasi dan sampel tertentu yang sifatnya *statistic* tujuannya untuk mengetahui hipotesis yang diteliti. Pengumpulan data menggunakan instrument penelitian.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1 Analisis Validitas

TABEL 1
HASIL UJI VALIDITAS E-SERVICE QUALITY

Variabel	Dimensi	No. Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
E – SERVICE QUALITY (X)	*Efficiency*	1	0.688	0.196	Valid
		2	0.780	0.196	Valid
	Fulfillment	3	0.742	0.196	Valid
		4	0.758	0.196	Valid
	System availability	5	0.806	0.196	Valid
		6	0.714	0.196	Valid
	Privacy	7	0.699	0.196	Valid
		8	0.694	0.196	Valid

SUMBER: DATA OLAHAN SPSS, 2022

TABEL 2
HASIL UJI VALIDITAS KEPUASAN PELANGGAN

Variabel	Dimensi	No. Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Kepuasan Pelanggan (Y)	Kesesuaian harapan	9	0.882	0.196	Valid
		10	0.849	0.196	Valid
	Minat berkunjung kembali	11	0.691	0.196	Valid
		12	0.861	0.196	Valid
	Kesediaan Merekomendasikan	13	0.782	0.196	Valid
		14	0.832	0.196	Valid

SUMBER: DATA OLAHAN SPSS, 2022

Hasil pengolahan uji validitas pada seluruh pernyataan untuk responden dalam 6 pertanyaan dari variable kepuasan pelanggan (Y) dinyatakan valid, hal tersebut karena kriteria validitas ditentukan dengan nilai Person Correlation dibandingkan dengan nilai r kritis. Jika nilai r hitung > r tabel maka dinyatakan valid dan jika nilai r hitung < dari r tabel maka dinyatakan tidak valid.

2 Uji Realibilitas

TABEL 3
HASIL UJI RELIABILITAS X

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.879	8

SUMBER: DATA OLAHAN SPSS, 2022

Dari perhitungan uji reliabilitas dengan menggunakan aplikasi SPSS 26 for windows, Pernyataan pada semua dimensi dianggap reliable karena nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,879.

TABEL 4
HASIL UJI RELIABILITAS Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.900	6

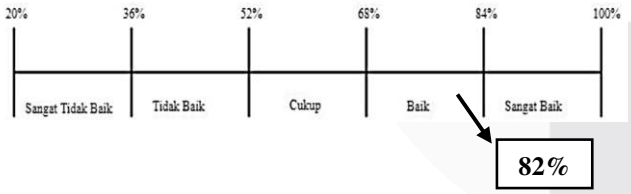
SUMBER: DATA OLAHAN SPSS, 2022

Dari perhitungan uji reliabilitas dengan menggunakan aplikasi SPSS 26 *for windows*, pernyataan pada semua dimensi dianggap reliable karena nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0.900.

B. Analisis Deskriptif

Penelitian ini peneliti membagian kuesioner kepada 100 responden dengan pernyataan sebanyak 14 pernyataan. Berikut ini hasil dari analisis deskriptif pada masing-masing variable.

1. E-Service Quality (X)



GAMBAR 2
GARIS KONTINIUM VARIABEL E-SERVICE QUALITY
SUMBER: DATA OLAHAN PENULIS, 2022

Dapat disimpulkan bahwa penilaian 100 responden untuk Kepuasan Pelanggan (Y). Dengan ini dapat dilihat bahwa presentase adalah sebesar 86% yang letaknya ditunjukan oleh tanda panah dalam garis kontinum. Angka ini didapatkan dari tanggapan responden dari hasil 6 pernyataan mengenai Kepuasan pelanggan. Dapat dilihat dari gambar diatas bahwa rata-ratanya sebesar 86% yang merupakan dalam rentang 84% - 86% yang merupakan bahwa posisi variabel Kepuasan pelanggan dinilai sangat baik.

C. Analisis Regresi Linier Sederhana

TABEL 5
ANALISIS REGRESI LINIER SEDERHANA

Coefficients[a]								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	8.394	1.591		5.275	.000		
	E-SERVICE QUALITY	.529	.048	.745	11.042	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

SUMBER: DATA OLAHAN SPSS, 2022

Berdasarkan hasil berupa nilai signifikansi dari table coefficients diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,005 sehingga dapat disimpilkan bahwa variable E- Service Quality (X) berpengaruh kepuasan pelanggan (Y).

D. Uji T

TABEL 6
HASIL UJI T

Coefficients[a]								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	8.394	1.591		5.275	.000		
	E-SERVICE QUALITY	.529	.048	.745	11.042	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

SUMBER: DATA OLAHAN SPSS, 2022

Berdasarkan pengujian uji T (Parsial) sebagai pengaruh variable E – Service Quality (X) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) dengan data yang diperoleh adalah t hitung 11,042 > t table 0,1984 yang artinya H0 ditolak dan H1 diterima. Dengan demikian terdapat pengaruh E – Service Quality terhadap Kepuasan Pelanggan.

E. Koefisien Determinasi

TABEL 7
HASIL UJI KOEFISIEN DETERMINASI

Model Summary[b]					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.745[a]	.554	.550	2.359	1.869

a. Predictors: (Constant), *E-SERVICE QUALITY*

b. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

SUMBER: DATA OLAHAN SPSS, 2022

Diketahui nilai R Square sebesar 0,554 maka bisa disimpulkan bahwa besaran pengaruh variable E – Service Quality terhadap variable Kepuasan Pelanggan sebesar 55,4% dan sisanya sebesar 44,6% dipengaruhi oleh variable variable lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dari pembahasan yang mengenai "Pengaruh E Service Quality aplikasi Kai Access Terhadap Kepuasan Customer Pada PT Kereta Api indonesia (Persero) Daop 2 Bandung Tahun 2022" maka dapat diperoleh beberapa kesimpulan untuk menjawab beberapa rumusan masalah pada penelitian ini. Berikut ini merupakan kesimpulan yang didapat oleh peneliti adalah

Tanggapan responden mengenai variabel E–Service Quality memiliki rata rata persentase 82% yang menunjukkan bahwa tanggapan responden pada penerapan E- Service – Quality terhadap aplikasi Kai Access dalam garis kontinum tersebut dapat disimpulkan dari hasil 100 responden untuk variabel E-service Quality dinilai baik karena pada peresentase 68% - 84%. Sehingga dari hasil tersebut dapat dimpulkan bahwa variabel E – Serivice Quality pada aplikasi Kai Acces termasuk kedalam kategori setuju atau nilai yang dihasilkan yaitu baik. Tanggapan responden mengenai variabel Kepusan Pelanggan memiliki rata rata persentase 86% yang menunjukkan bahwa tanggapan responden pada penerapan Kepuasan Pelanggan terhadap aplikasi Kai Access dalam garis kontinum tersebut dapat disimpulkan dari hasil 100 responden untuk variabel Kepuasan Pelanggan dinilai baik karena pada peresentase 84% - 100%. Sehingga dari hasil tersebut dapat dimpulkan bahwa variabel Kepuasan Pelanggan pada aplikasi Kai Acces termasuk kedalam kategori sangat setuju atau nilai yang dihasilkan yaitu sangat baik. Berdasarkan hasil dari 100 respoden pada uji t terhadap E – Service Quality (X) dapat disimpulkan bahwa thitung 11,042 > t table 0,1984, maka variabel pada E – Service Quality berpengaruh signifikan dalam kepuasan pelanggan karena t hitung > dari t tabel dan nilai sig yang dihasilkan 0,00 pada table konfisien bernilai lebih kecil dari pada nilai probabilitas sebesar 0,05 maka dapat diartikan H0 ditolak dan H1 diterima. Dengan demikian terdapat pengaruh E – Service Quality terhadap Kepuasan Pelanggan. Dari hasil pengujian yang telah dilakukan, berdasarkan hasil koefisien determinasi dapat dinyatakan bahwa pengaruh pada E–Service Quality terhadap Kepuasan Pelanggan adalah sebesar 55,4% dan sisanya sebesar 44,6% dipengaruhi oleh variable variable lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

A. Saran

Berdasarkan kesimpulan serta pembahasan yang terkait penilitian "Pengaruh E-service Quality aplikasi Kai Access Terhadap Kepuasan Customer Pada PT Kereta Api indonesia (Persero) Daop 2 Bandung Tahun 2022" ada beberapa saran yang akan diajukan oleh peneliti kepada pihak-pihak yang terkait dalam penelitian ini, yaitu :

1. Saran bagi Perusahaan

a.. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, pada variabel E–Service Quality pada pernyataan ke 6 yaitu " Saya Merasa aplikasi Kai Access tidak pernah mengalami gangguan" dari pernyataan tersebut mendapatkan persentase yang terendah yaitu sebesar 76% dari responden. Berdasarkan pernyataan tersebut peneliti mengharapkan pihak perusahaan supaya dapat meningkatkan akses kecepatan dalam jaringan internet untuk melakukan penggunaan aplikasi Kai Access yang dapat dilakukan dimanapun untuk pelanggan sesuai dengan yang ditawarkan perusahaan sehingga pelanggan akan lebih merasa puas terhadap aplikasi Kai Access.

b. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, pada sub variabel kepuasan Pelanggan Pernyataan ke 12 yaitu "Saya berminat untuk menggunakan aplikasi Kai Access karena pelayanannya sesuai harapan" pernyataan tersebut mendapatkan persentase 82% dari responden. Berdasarkan pernyataan tersebut peneliti mengharapkan pihak perusahaan supaya dapat meningkatkan pelayanan terhadap aplikasi Kai Access seperti tahap – tahap dalam pembelian atau pemesanan tiket kereta api agar lebih cepat dan mudah dilakukan agar customer ketika melakukan aplikasi Kai Access merasa puas dalam menggunakan Aplikasi Access dalam pembelian tiket kereta api.

c. Dengan pengaruh E–Service Quality yang terdapat 55,4% dalam kepuasan pelanggan pada aplikasi Kai Access sebaiknya perusahan harus meningkatkan indikator lain seperti Brand image (citra perusahaan) dalam pelayanan serta kualitas dari aplikasi Kai Access.

2. Saran untuk Peneliti Selanjutnya

a. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk dapat menambahkan variabel lainnya tidak sebatas pada variabel E–Service Quality dan Kepuasan Pelanggan.

b. Pada peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah jumlah sampel yang banyak. Hal ini supaya dapat memperoleh data yang lebih kuat dan akurat dari penelitian selanjutnya.

REFERENSI

Buku

Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. (2018). Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Jilid 2. Jakarta, PT Indeks.

Meithiana, Indrasari. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya, Unitomo Press.

Saleh, Muhammad Yusuf dan Said, Miah. (2019). Konsep dan Strategi Pemasaran. Makasar, CV Sah Media.

Silaen, Sofar. (2018). Metodologi Penelitian Sosial Untuk Penulisan Skripsi dan Tesis. Bandung, In Media.

Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung, Alfabeta.

Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung, Alfabeta.

Tjiptono, Fandy. (2017). Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta, PT Indeks Kelompok Gramedia,

Widodo. (2017). Metodologi Penelitian Populer & Praktis. Jakarta, PT. Raja Grafndo Persada.

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., dan Gremler, D. D. (2009). Services Marketing: Integrating Customer Focus across the Firm (5th ed.). Singapore, McGraw-Hill and Irwin.

Penelitian Terdahulu

Akhmadi. M. Denaldi Danial., dan Martini, Erni. (2020). Pengaruh E-service Quality terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Aplikasi Ovo. "Jurnal Mitra Manajemen".

Chesanti, Puspa Chairunnisa., dan Setyorini, Retno. (2018). Pengaruh E-service Quality terhadap Kepuasan Pelanggan Sebagai Pengguna Aplikasi PLN Mobile. "Jurnal Penelitian Pendidikan LPPM Universitas Pendidikan Indonesia".

Ghozali, Imam. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25.

Juhria, Aminatu., Meinitasari, Nurtika., Fauzi, Fadel Iqbal., dan Yusuf, Abdul. (2021). Pengaruh E-service Quality terhadap Kepuasan Pelanggan di Aplikasi E-Commerce Shopee. "Jurnal Manajemen".

Tobagus, Antia. (2018). Pengaruh E-service Quality Terhadap E - Satisfaction Terhadap Pada Pengguna Di Situs Tokopedia. "Jurnal Agora".

Wijaya, David. (2018).

Yanuar, M.M., Nurul, Q., dan Budi, S. (2017). Dampak Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Optik Marlin Cabang Jember. "Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia".

Yulianingsih, Ayu., dan Oktafani, Farah. (2019). Pengaruh Brand Image dan E-service Quality terhadap Proses Keputusan Pembelian pada Tiket.com. Bandung, LPPM STIE Muhammadiah Bandung.