

## PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TIKET ONLINE TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT.KERETA API INDONESIA DIVRE I MEDAN

### THE INFLUENCE OF ONLINE TICKET SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION AT PT. KERETA API INDONESIA DIVRE I MEDAN

<sup>1)</sup>Mhd Aditya Pranata, <sup>2)</sup>Teuku Fahmi, <sup>3)</sup>Teguh Dwi Putra <sup>4)</sup>M. Jaka Wiratama

<sup>1,2,3)</sup> Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Dharmawangsa

\*Email: teukufahmi@dharmawangsa.ac.id

#### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan Tiket Online terhadap Kepuasan Pelanggan PT Kereta Api Indonesia Divre I Medan. Jenis penelitian yang digunakan ialah kuantitatif deskriptif. Populasi yang terdapat pada penelitian ini ialah seluruh pelanggan konsumen PT Kereta Api Indonesia Divre I Medan yang pernah melakukan pemesanan tiket secara online menggunakan aplikasi, sedangkan penentuan sampel pada penelitian ini menggunakan rumus slovin dan menggunakan teknik sampling Accidental Random Sampling yang pada akhirnya diperoleh sampel sebanyak 100 responden. Pada penelitian data yang digunakan adalah data priemer dan data sekunder. Pengujian yang dilakukan adalah uji kualitas data dan uji asumsi klasik. Pengujian hipotetsis melakukan analisis regresi sederhana, uji F dan uji T. Hasil pada penelitian ini yaitu, kualitas pelayanan tiket online berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT Kereta Api Indonesia Divre I Medan

**Kata Kunci :** Kualitas pelayanan tiket online, kepuasan pelanggan

#### A.PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi membawa perubahan besar dalam layanan pelanggan, termasuk di sektor transportasi. Pada era revolusi industri 4.0, perusahaan harus mampu mengintegrasikan inovasi teknologi untuk bertahan di tengah persaingan. Transportasi menjadi kebutuhan vital dalam kehidupan sehari-hari, berperan penting dalam memperlancar roda perekonomian dan menunjang pembangunan nasional.

PT Kereta Api Indonesia (PT KAI) sebagai salah satu BUMN, terus melakukan inovasi untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Salah satu langkah strategisnya adalah penerapan sistem e-ticketing menggunakan aplikasi KAI Access, yang memudahkan konsumen membeli tiket secara online tanpa harus mengantre di stasiun. E-ticketing ini perlahan mengubah kebiasaan tradisional menjadi lebih modern, sejalan dengan meningkatnya jumlah pengguna internet di Indonesia.

Divisi Regional I (Divre I) Medan melayani berbagai tujuan dari Kota Medan ke daerah-daerah seperti Binjai, Tebing Tinggi, Kisaran, hingga Bandara Kualanamu. Data penjualan tiket dari Juni hingga Oktober 2024 menunjukkan fluktuasi jumlah penumpang, menandakan pentingnya peningkatan layanan untuk mempertahankan loyalitas pelanggan.

Namun, hasil observasi peneliti menemukan bahwa masih ada tantangan dalam mengoptimalkan layanan tiket online. Di wilayah yang luas dan heterogen, akses terhadap layanan berbasis internet belum merata. Faktor-faktor seperti ketersediaan jaringan internet, kompatibilitas aplikasi di berbagai perangkat, serta kemudahan transaksi mempengaruhi tingkat kenyamanan dan kepuasan pelanggan.

Meningkatkan kualitas pelayanan tiket online menjadi krusial untuk memastikan pelanggan merasa puas dan tetap setia menggunakan jasa PT KAI. Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan tiket online terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam upaya peningkatan pelayanan PT Kereta Api Indonesia Divre I Medan.

## **B. LANDASAN TEORI**

### **Kualitas Pelayanan Elektronik**

Dalam dunia bisnis, perusahaan harus menciptakan dan memelihara pelanggan dengan memastikan kebutuhan dan keinginan mereka terpenuhi melalui layanan yang berkualitas (Taylor, 2019). Kualitas pelayanan, menurut Mutiawati dkk. (2019), adalah kemampuan melayani pengguna barang/jasa, sedangkan Usmara (dalam Pattaray dkk., 2021) menekankan pada perbandingan harapan konsumen terhadap kinerja aktual perusahaan.

Kualitas pelayanan adalah indikator penting untuk kelangsungan perusahaan. Kotler mendefinisikan kualitas sebagai keseluruhan sifat produk/jasa yang mampu memuaskan kebutuhan konsumen (Indrasari, 2019). Dalam layanan elektronik, kualitas (E-servqual) berarti kinerja situs atau aplikasi dalam memfasilitasi transaksi online secara efektif dan efisien (Eka, 2022).

Tjiptono (dalam Indrasari, 2019) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai keadaan dinamis yang terkait dengan produk, jasa, SDM, proses, dan lingkungan. Hal ini mempengaruhi kepercayaan konsumen yang merupakan kunci mempertahankan pelanggan (Hidayat dan Sulistyana, 2021).

Pelayanan yang memenuhi harapan dipersepsikan baik, sebaliknya jika tidak, pelayanan dianggap buruk. Kualitas layanan dinilai berdasarkan perbandingan kinerja aktual dengan harapan konsumen. Tiga kemungkinan muncul: kinerja lebih baik dari harapan (konsumen puas), kinerja lebih buruk (konsumen kecewa), atau kinerja sama (konsumen puas).

### **Dimensi Kualitas Pelayanan**

Menurut Imanuel (2018), kualitas pelayanan meliputi:

- a. Bukti Langsung (Tangibles): Penampilan petugas, kenyamanan fasilitas, kemudahan proses, kedisiplinan.
- b. Keandalan (Reliability): Ketepatan pelayanan, kecermatan, standar pelayanan jelas.
- c. Ketanggapan (Responsiveness): Kecepatan dan ketepatan dalam melayani pelanggan serta merespons keluhan.

- d. Jaminan (Assurance): Jaminan waktu, biaya, dan legalitas pelayanan.
- e. Empati (Empathy): Pelayanan ramah, sopan, adil, dan menghargai pelanggan.

Zeithaml (2009) mengadaptasi dimensi ini untuk layanan online menjadi:

- a. Efficiency: Kecepatan akses.
- b. Fulfillment: Ketersediaan produk.
- c. System Availability: Stabilitas sistem.
- d. Privacy: Keamanan data pelanggan. Saat terjadi masalah, aspek Responsiveness, Compensation, dan Contact menjadi penilaian utama.

### Layanan Tiket Online

E-ticketing adalah solusi modern untuk pemesanan tiket secara online, pertama kali diadopsi oleh industri penerbangan dan kini digunakan dalam berbagai moda transportasi seperti kereta api (Rezki, 2018). PT. Kereta Api Indonesia mengimplementasikan e-ticketing untuk mengurangi antrean di stasiun.

Proses e-ticketing mencakup:

1. Pemilihan rute dan tanggal keberangkatan melalui situs resmi.
2. Pembayaran melalui ATM, minimarket, atau aplikasi perbankan online.
3. Penerimaan kode booking yang kemudian ditukarkan dengan tiket fisik sebelum keberangkatan.

Keuntungan e-ticketing:

1. Fleksibilitas waktu dan tempat pemesanan.
2. Proses pembayaran real-time.
3. Pemilihan tempat duduk sendiri.
4. Mengurangi kesalahan input dan biaya komunikasi.

Kelemahan e-ticketing:

1. Tidak semua orang paham teknologi internet.
2. Terbatasnya promosi dan edukasi tentang e-ticketing.

### Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah perasaan yang muncul setelah membandingkan harapan dengan kinerja produk/jasa (Kotler & Keller, 2016). Jika kinerja melampaui ekspektasi, pelanggan sangat puas; jika tidak memenuhi, pelanggan kecewa.

Menurut Giese & Cote (2019), komponen kepuasan pelanggan adalah:

1. Respon emosional atau kognitif.
2. Fokus pada ekspektasi atau pengalaman konsumsi.
3. Respon terjadi setelah konsumsi.

Indikator Kepuasan Pelanggan (Indrasari, 2019):

1. Kesesuaian Harapan: Sejauh mana harapan pelanggan terpenuhi.
2. Minat Berkunjung Kembali: Pelanggan ingin menggunakan layanan kembali.
3. Kesiediaan Merekomendasikan: Pelanggan bersedia merekomendasikan ke orang lain.

Faktor-Faktor Penentu Kepuasan:

1. Kualitas Produk: Produk yang berkualitas tinggi meningkatkan kepuasan.
2. Kualitas Pelayanan: Pelayanan yang baik memenuhi ekspektasi pelanggan.
3. Emosional: Rasa bangga memakai produk tertentu.
4. Harga: Produk dengan harga bersaing meningkatkan nilai bagi pelanggan.
5. Biaya: Kemudahan mendapatkan produk tanpa biaya tambahan.

Metode Mengukur Kepuasan (Tjiptono, 2015):

1. Sistem Keluhan dan Saran: Memberi ruang bagi pelanggan menyampaikan keluhan dan saran.
2. Ghost Shopping: Menilai layanan melalui pembeli rahasia.
3. Lost Customer Analysis: Menghubungi pelanggan yang berhenti membeli untuk memahami penyebabnya.
4. Survei Kepuasan Pelanggan: Mengumpulkan data melalui survei untuk menilai tingkat kepuasan.

Kepuasan pelanggan berkontribusi pada loyalitas, yang penting dalam mempertahankan pelanggan di tengah persaingan bisnis. Strategi mempertahankan konsumen meliputi meningkatkan kepuasan, menerapkan CRM, dan menawarkan produk komplementer (Tjiptono, 2017).

## C.METODE

### Pendekatan Penelitian

Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian Kuantitatif deskriptif. Metode penelitian Kuantitatif digunakan meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat statistik, bertujuan menguji hipotesis yang sudah ditentukan.

### Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Stasiun Kereta Api Divisi Regional 1 Medan yang beralamatkan di Jl. Stasiun Kereta Api, Kesawan, Kota Medan dilakukan pada bulan Januari 2025. Waktu penelitian berlangsung selama empat bulan, dimulai pada Oktober 2024 hingga Januari 2025

### Populasi dan Sampel

Populasi di penelitian ini adalah konsumen yang pernah bertransaksi dengan layanan tiket online pada saat pemesanan tiket kereta api yang ada di Medan dengan rata-rata yang berjumlah 169.094 konsumen pada keseluruhan tujuan keberangkatan (*sumber*: Data

Internal PT.Kereta Api Indonesia Divre 1 Medan).. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode simple random sampling, dengan ukuran sampel dihitung menggunakan rumus Slovin: **Rumus :**

$$n = \frac{N}{N \cdot d^2} + 1$$

**Keterangan :**

n = Jumlah sampel N = Jumlah Populasi

d<sup>2</sup>= Presisi yang ditetapkan, yaitu tingkat kesalahan 100%

Berdasarkan pendapat tersebut, maka jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah :

$$\begin{aligned} n &= \frac{169.094}{169.094 \cdot 0,1^2 + 1} \\ &= 99,94 \end{aligned}$$

Penelitian menggunakan tingkat kepercayaan sebesar 90% atau taraf signifikan 10%. Setelah perhitungan dengan rumus, maka jumlah sampel minimum yang diperoleh adalah sebesar 99,94 responden tapi membulatkan menjadi 100 responden.

**Teknik Pengumpulan Data**

Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner yang berisi pernyataan-pernyataan terkait kualitas produk, kualitas layanan, dan keputusan pembelian. Setiap pernyataan diukur menggunakan skala Likert 5 poin (1 = sangat tidak setuju, 5 = sangat setuju). Selain itu, data sekunder dikumpulkan melalui dokumen dan laporan perusahaan.

**Teknik Analisis Data**

Data yang terkumpul dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Langkah-langkah analisis meliputi:

Uji Validitas dan Reliabilitas: Untuk memastikan instrumen penelitian mengukur secara tepat dan konsisten.

Uji Asumsi Klasik:

Uji normalitas untuk memastikan data berdistribusi normal.

Uji multikolinieritas untuk menguji tidak adanya hubungan linear antar variabel independen.

Uji heteroskedastisitas untuk memastikan varians residual homogen.

Uji Statistik:

Uji (t) untuk menguji pengaruh parsial variabel independen terhadap variabel dependen.

Uji (F) untuk menguji pengaruh simultan variabel independen terhadap variabel dependen.

Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) untuk mengukur besarnya kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen.

Model Analisis

Model regresi linier berganda yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \epsilon$$

Keterangan:

(Y): Keputusan pembelian

(X1): Kualitas produk

(X2): Kualitas layanan

(a): Konstanta

(b1, b2): Koefisien regresi

( $\epsilon$ ): Error term

## D.HASIL DAN PEMBAHASAN

PT. Kereta Api Indonesia adalah salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) bergerak dibidang jasa transportasi darat dengan pengangkutan penumpang dan barang. Pada saat ini PT. Kereta Api Indonesia sudah berkembang dengan yang berkantor pusat di Bandung. Lokomotif pertama kali ditemukan oleh George Stephenson (Inggris) pada tahun 1814 pada saat itu dinamakan dengan sebutan “Kuda Besi”. Penemuan hal tersebut sangat membantu dan membawa sejarah bangsa – bangsa didunia terlebih dalam pertumbuhan ekonomi.

Pertama kali perkeretaapian di Indonesia dibangun dengan adanya pembangunan rute lintasan dari Semarang (Kamijen) sampai dengan Vorstenlanden (Yogyakarta) yang dilakukan oleh perusahaan swasta Naamlooze Venootschap Nederlansch Indische Spoorweg Maatschappij (NV.NISM) menggunakan lebar sepur 1435 mm. Pada tanggal 17 Juni 1864 oleh Gubernur jenderal Mr. L.A.J Baron Sloet van de Beele. Sedangkan rute Kereta Api Surabaya-Pasuruan-Malang yang dibangun pertama kali oleh pemerintah Hindia Belanda tanggal 8 April 1875 melalui Staatssporwegen (SS).

Setelah pembangun rute lintasan kereta api tersebut, pertumbuhan diwilayah Jawa semakin diperhatikan dan diperluas dengan tujuan yang sama. Pengembangan kereta api bukan hanya dilakukan oleh pemerintah Hindia Belanda tetapi banyak perusahaan-perusahaan yang ikut terlibat dalam pembangunan tersebut, Seperti : Serajoedal Stoomtram Maatschappij (SDS), Semarang Cheribon Stoomtram Maatschappij (SCS), Semarang Joana Stoomtram Maatschappij (SJS), Oost Java Stoomtram Maatschappij (OJS), Kediri Stoomtram Maatschappij (KSM), Pasoeroean Stoomtram Maatschappij (Ps.SM), Dan masing banyak lainnya.

### Uji Validitas dan Reabilitas Angket Variabel X

Angket yang digunakan dalam penelitian ini terlebih dahulu di uji validitas dan reliabilitasnya sebelum digunakan sebagai alat pengumpul data. Untuk pengujian validitas angket digunakan rumus korelasi Product Moment dan untuk menguji realibilitas angket digunakan rumus *Alpha Cronbach*. Angket penelitian ini dikatakan valid yaitu :

- a. jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  , maka butir pertanyaan valid
- b. jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  , maka butir pertanyaan tidak valid

Maka itu dilakukan uji coba instrumen kepada 30 orang diluar sampel dengan menggunakan teknik korelasi product moment. Untuk mengetahui validitas angket dilakukan dengan membandingkan  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$ . nilai  $r_{tabel}$  dengan taraf signifikan  $\alpha = 0,05$  dan  $df - 2 = 30 - 2 = 28$  sebesar 0,361 (dilihat pada  $r_{tabel}$ )

Pengujian validitas untuk variabel Efisiensi diberikan kepada 30 orang diluar sampel, dengan hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.4  
**Nilai rhitung Untuk Variabel (X)**

No	Varibael X	Rhitung	Rtabel	Status
1.	X1.1	0,504	0,361	Valid
2.	X1.2	0,508	0,361	Valid
3.	X1.3	0,478	0,361	Valid
4.	X1.4	0,445	0,361	Valid
5.	X1.5	0,465	0,361	Valid
6.	X1.6	0,371	0,361	Valid
7.	X1.7	0,393	0,361	Valid
8.	X1.8	0,506	0,361	Valid
9.	X1.9	0,404	0,361	Valid
10.	X1.10	0,420	0,361	Valid
11.	X1.11	0,385	0,361	Valid

Berdasarkan data tabel diatas, nilai rHitung menunjukkan bahwa dari 11 butir angket dalam variabel Efisiensi (X) dinyatakan valid, karena memenuhi syarat RHitung > RTabel, sehingga dapat dinyatakan bahwa setiap item pertanyaan layak digunakan dalam penelitian.

Dilihat dari sudut realibilitas angket untuk variabel Kualitas tiket Online (X), dengan menggunakan uji Alpha Cronbach, dinyatakan hasilnya sebagai berikut :

**Tabel 4.5**  
**Realibilitas Angket Variabel (X)**  
**Realibility Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,865	11

Berdasarkan butir soal instrument yang lulus uji validitas, selanjutnya akan dilakukan uji reliabilitas pada instrument tersebut. Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui tingkat kesesuaian jawaban instrument. Instrument yang baik secara

akurat memiliki jawaban yang konsisten kapanpun instrument itu disajikan. Hasil perhitungan koefisien reliabilitas 11 butir soal diperoleh  $KR-20 = 0,865$ . Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa soal ini merupakan soal yang ber-reliabel, dikarenakan nilai koefisien tersebut berada pada interval 0,71-0,90 termasuk dalam kriteria tinggi.

**Variabel Y**

Pengujian validitas untuk variabel Kepuasan pelanggan diberikan kepada 30 orang diluar sampel, dengan hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.6  
**Nilai rHitung Untuk Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)**

No	Variabel Y	$R_{hitung}$	$R_{tabel}$	Status
1.	Y1.1	0,456	0,361	Valid
2.	Y1.2	0,501	0,361	Valid
3.	Y1.3	0,406	0,361	Valid
4.	Y1.4	0,412	0,361	Valid
5.	Y1.5	0,387	0,361	Valid
6.	Y1.6	0,497	0,361	Valid
7.	Y1.7	0,375	0,361	Valid
8.	Y1.8	0,466	0,361	Valid
9.	Y1.9	0,398	0,361	Valid

Berdasarkan data pada tabel diatas, nilai rHitung menunjukkan bahwa dari 9 butir angket dalm variabel Kepuasan pelanggan (Y) dinyatakan valid, karena memenuhi syarat  $R_{hitung} > R_{tabel}$ , sehingga dapat dinyatakan bahwa setiap item pernyataan layak digunakan dalam penelitian.

Dilihat dari sudut realibilitas angket untuk variabel Kepuasan Pelanggan (Y) dengan menggunakan uji Alpha Cronbach, dinyatakan hasilnya sebagai berikut:

Tabel 4.7

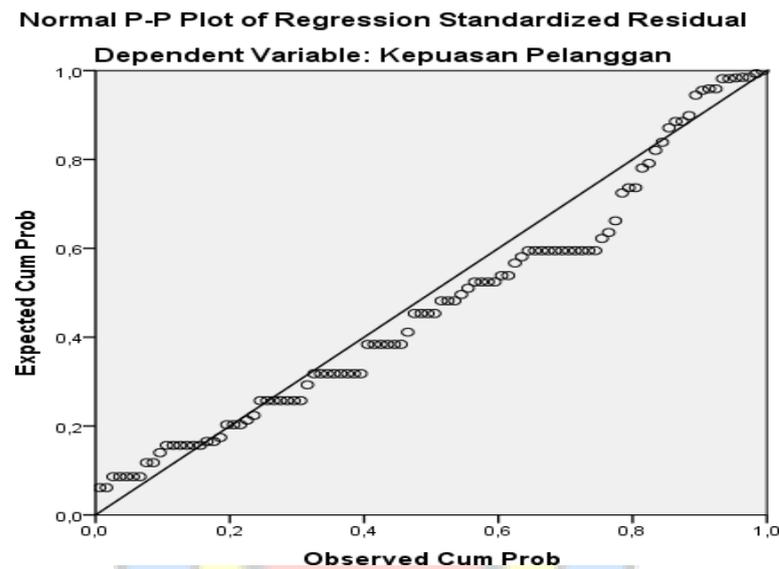
**Realibilitas Angket Variabel Kepuasan Pelanggan (Y) Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,801	9

Berdasarkan butir soal instrument yang lulus uji validitas, selanjutnya akan dilakukan uji reliabilitas pada instrument tersebut. Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui tingkat kesesuaian jawaban instrument. Instrument yang baik secara akurat memiliki jawaban yang konsisten kapanpun instrument itu disajikan. Hasil perhitungan koefisien relibialitas 9 butir soal diperoleh  $KR-20 = 0,801$ . Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa soal ini meropidan soal yang ber-reliabel, dikarenakan nilai koefisiean tersebut berada pada interval 0,71-0,90 termasuk dalam kriteria tinggi.

**Uji Asumsi Klasik**

Uji normalitas menjadi penting untuk mengevaluasi apakah distribusi variabel dependent dan variabel independent dalam kontesks model regresi menunjukkan pola distribusi normal. salah satu metode yang umum digunakan untuk menguji normalitas adalah dengan menggunakan plot normal P-P. Jika distribusi data menunjukkan pola garis lurus pada grafik, dapat diinterpretasikan bahwa data tersebut memiliki sifat normal. Dengan kata lain, jika titik-titik data secara konsisten terkumpul mengikuti garis lurus pada plot normal P-P, dapat disimpulkan bahwa distribusi data bersifat normal.



Gambar 4.3

**Normal P.P Plot of Regression Standardized Residual**

Gambar Normal P.P Plot of Regression Standardized Residual diatas menunjukkan titik yang menyebar disekitar diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis diagonal sehingga dapat disimpulkan bahwa data model regresi berdistribusi normal.

**Uji Multikolinearitas**

Pengujian terhadap Multikolinearitas dapat dilakukan melalui medeteksi apakah model regresi yang dipakai bebas dari permasalahan Multikolinearitas dapat dilihat dari :

A. Besar VIF (*Variance inflation factor*) dan toleransi, dimana VIF tidak lebih kecil dari 10 dan nilai toleransi tidak lebih besar dari 0,1.

Tabel 4.8

**Uji Multikolinearitas Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	27,055	3,736		7,242	,000		
Kualitas Pelanggan	,275	,075	,349	3,683	,000	1,000	1,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Hasil uji multikolineritas nilai tolerance pada variabel kualitas pelanggan (x) sebesar 1,000. Kemudian nilai VIF pada variabel Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 1.000. Dari

hasil yang diperoleh pada nilai tolerance yaitu 1,000 lebih besar dari aturan dasar uji multikolinearitas yaitu 0,100, Maka hasil diperoleh menunjukkan nilai 1,000 lebih besar dari 0,100. Maka hasil yang diperoleh menunjukkan nilai 1,000 lebih bedar dari 0,100 ( $1,00 > 0,100$ ). Sedangkan nilai VIF yang diperoleh adalah 1.000 lebih kecil dari aturan dasar uji multikolineritas yaitu 10.000 ( $1.000 < 10.000$ ).

Dapat disimpulkan bahwa hasil dari uji multikolinearitas sudah terpenuhi atau tidak terjadi gejala multikolinearitas.

B. Nilai r yang menunjukkan nilai yang lebih kecil dari koefien korelasi simultan (R)

**Tabel 4.9 R Square Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,405 <sup>a</sup>	,164	,156	1,67576

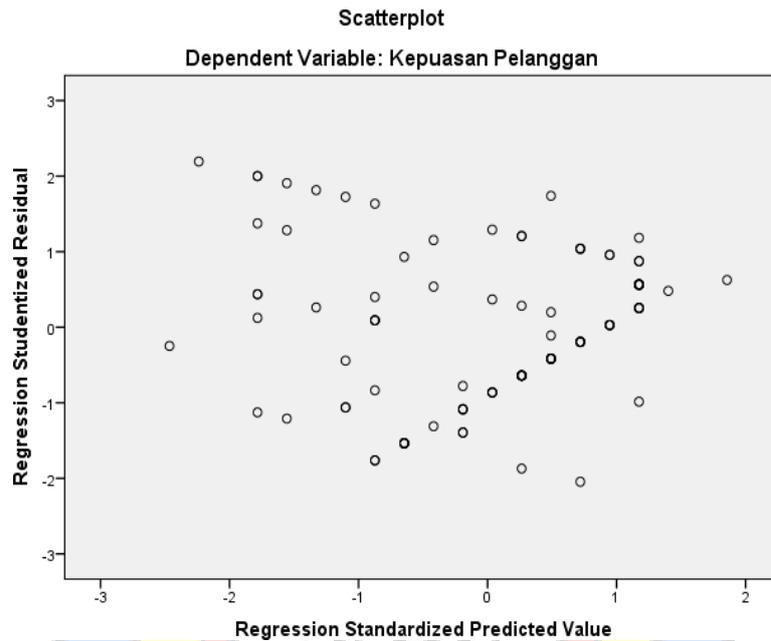
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelanggan

Pada tabel data output diatas diperoleh nilai R = 0,405 dan nilai R<sup>2</sup> =0,164. Hal ini menunjukkan bahwa R<sup>2</sup> < R yang berarti tidak terdapat permasalahan multikolinearitas dalam model regresi yang digunakan.dari kedua alat pengujian diatas dapat disimpulkan bahwa secara umum tidak terdapat masalah multikolinearitas pada model regresi yang akan digunakan.

**Uji Heterokedastisitas**

Pengujian terhadap Heterokedastisitas dapat dilakukan melalui pengamatan terhadap pola scatter plot yang dihasilkan melalui SPSS. Suatu model regresi linier berganda dapat dilakukan bebas dari permasalahan Heterokedastisitas jika :

- Titik-titik data menyebar diatas dan dibawah atau disekitar angka nol (0)
- Titik-titik data tdak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja
- Penyebaran titik-titik dan tidak boleh membentuk pola bergelombang, melebar, kemudian menyempit dan melebar lagi.
- Penyebaran titik-titik data sebaiknya tidak berpola.



Gambar 4.4  
Scatterplot Regresi Standar Residual

Pada gambar diatas menunjukkan bahwa titik-titik data menyebar di sekitar angka nol, dan tidak mengumpul disatu titik. Penyebaran titik-titik data tersebut juga tidak membentuk suatu pola. Jadi dapat disimpulkan bahwa model regresi penelitian ini tidak mengalami permasalahan heterokedastisitas.

**Analisis Regresi Linear Sederhana**

Model Regresi Berganda dengan satu variabel dependent (Y) yaitu kepuasan pelanggan dan Variabel independent yang dirumuskan sebagai berikut :

$$\hat{Y} = a + bx$$

Untuk menguji hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh Efisiensi (X) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) digunakan analisis regresi sederhana.

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh hasil persamaan regresi berganda sebagai berikut :

**Tabel 4.10**  
**Hasil Perhitungan Regresi Linier Sederhana**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	27,055	3,736		7,242	,000
	Kualitas Pelanggan	,275	,075	,349	3,683	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Dari hasil SPSS diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

$$A. Y = 27,055 + 0,275$$

Konstanta sebesar 27,055 menyatakan bahwa jika tidak ada variabel X, maka Kepuasan Pelanggan adalah sebesar 27,055 dengan asumsi faktor lain konstan.

**Pengujian Hipotesis Secara Parsial Menggunakan Uji T**

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Tiket Online, terhadap kepuasan pelanggan. Adapun hasil uji t dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 4.11 Uji T  
Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1 (Constant)	27,055	3,736		7,242	,000
Kualitas Pelanggan	,275	,075	,349	3,683	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Dari Tabel di atas maka dapat dijelaskan bahwa :

Nilai t Hitung variabel Kualitas Pelayanan 3,683 > dari *t*<sub>tabel</sub> yaitu 1,984 dan nilai signifikan 0,002 < 0,05 Hal ini berarti Hipotesis diterima yaitu: Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Tiket Online pada PT. Kereta Api Indonesia.

**Koefisien Determinasi (R Square)**

Untuk mengetahui seberapa besar persentase pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat atau untuk melihat seberapa besar variabel bebas dapat menjelaskan pengaruhnya terhadap variabel terikat. Maka dilakukan pengujian koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) Sehingga diperoleh hasil seperti tabel di bawah ini .

Tabel 4.12  
Hasil Uji R<sup>2</sup>  
**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,405 <sup>a</sup>	,164	,156	1,67576

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelanggan

Dari tabel output diatas dilihat bahwa koefisien determinan (R) adalah sebesar 0,405. Nilai

ini menunjukkan bahwa variabel Kepuasan pelanggan (Y) dipengaruhi oleh Variabel (X) terhadap kepuasan. koefisien determinan ( $R^2$ ) sebesar 0,40

## **Pembahasan**

### **Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh terhadap kepuasan pelanggan terhadap pada PT. Kereta Api Indonesia. Pada faktor mempengaruhi kepuasan pelanggan ada 4 faktor yaitu, efisiensi, ketersediaan sistem, Pemenuhan Kebutuhan, Privasi Terhadap Kepuasan pelanggan pada PT. Kereta Api Indonesia.

Pertama Efisien menyediakan situs tiket online yang memudahkan dalam mengakses aplikasi, mendapatkan informasi dengan mudah. Maka efisien merupakan sejauh mana pelanggan bisa secara cepat dalam mengakses aplikasi. Semakin cepat dan mudah konsumen mengakses tiket online maka semakin tinggi kepuasan yang didapat. Kedua, Ketersediaan sistem berarti penilaian pelanggan terhadap kemampuan dan kelengkapan dalam mengakses aplikasi tiket online. Ketersediaan sistem berfungsi sebagai mestinya seperti, tidak adanya gangguan saat mengakses aplikasi, dan kestabilan halaman pada saat aplikasi digunakan. Semakin lengkap sistem informasi yang diberikan oleh aplikasi Tiket Online maka semakin besar kepuasan pelanggan. Ketiga, Pemenuhan kebutuhan, pelayanan yang dijanjikan oleh PT. Kereta Api Indonesia yaitu pemesanan tiket secara online yang semakin memudahkan pelanggan dalam melakukan pembelian tiket kapan saja dan di mana saja. Semakin tinggi pemenuhan kebutuhan yang diberikan maka akan semakin memengaruhi kepuasan pelanggan. Dan yang terakhir Privasi, dimana jaminan dan kemampuan perusahaan dalam menjaga integritas data pelanggan akan mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Dapat disimpulkan bahwa ke empat faktor tersebut memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Divre 1 Medan.

### **Pengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh terhadap kepuasan pelanggan terhadap pada PT. Kereta Api Indonesia. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode analisis regresi sederhana dan metode statistik, Pada metode Analisis sederhana diperoleh informasi dari responden melalui kuesioner yang berisikan tentang karakteristik responden yaitu jenis kelamin, usia atas pernyataan dalam kuesioner. Sedangkan pada metode statistik pengolahan data dilakukan dengan program SPSS Statistics 23.

Berdasarkan hasil penelitian bahwa nilai  $R^2$  sebesar 0,598 yang berarti Efisiensi, Ketersediaan sistem, Pemenuhan kebutuhan, dan Privasi terhadap Kepuasan pelanggan memberikan pengaruh terhadap variabel Kepuasan pelanggan tiket online sebesar 59,8%, Sedangkan sisanya 40,2% dijelaskan oleh faktor lain diluar dari variabel penelitian ini.

## E. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan mengenai pengaruh kualitas pelayanan tiket online terhadap kepuasan pelanggan PT. Kereta Api Indonesia Divre I Medan. Maka hasil penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan uji validitas menyatakan bahwa nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  yang artinya setiap pernyataan yang digunakan pada angket dalam penelitian ini merupakan pernyataan yang valid.
2. Berdasarkan hasil uji reliabilitas menyatakan bahwa nilai *Cronbach Alpha*  $> 0,70$  dengan nilai variabel independent 0,865 dan variabel dependen 0,801 yang artinya variabel yang digunakan dalam penelitian ini layak digunakan.
3. Berdasarkan uji parsial (uji t) variabel kualitas pelayanan (X) berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada PT. Kereta Api. Hal ini dibuktikan berdasarkan pada nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$ , yaitu  $t_{hitung} (3,683 > t_{tabel} (0,361))$ , selanjutnya nilai signifikansi lebih kecil yaitu  $(0,02 < 0,05)$ . Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima (berpengaruh positif).

Berdasarkan hasil uji determinasi melalui SPSS 23 menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan pelanggan sebesar 16,4% dan sisanya 83,6 % dipengaruhi oleh faktor variabel lain di luar penelitian ini.

## F. DAFTAR PUSTAKA

- Basu Swasta Irawan, Manajemen Pemasaran Modern (Yogyakarta: Liberty, 2018), 11923. Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Christmastianto, I. A. W. (2017). Analisis swot implementasi teknologi finansial terhadap kualitas layanan perbankan di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 20(1), 133-144.
- Demirci Orel, F., & Kara, A. (2019). Supermarket self-checkout service quality, customer satisfaction, and loyalty: Empirical evidence from an emerging market. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 21, pp.118–129.
- Fajrianti, & Farrah, Z. (2019). Strategi Perluasan Merek dan loyalitas konsumen
- Fandy Tjiptono dan Diana, A. (2017). Pemasaran Esensi dan Aplikasi. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Ghozali, Imam. (2019). Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS
- Izzuddin, A., & Muhsin, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 6(1), 72-78.
- Insan Vol. 7 No. 3, Desember 2005, 7, 276-288.
- Kotler, P., & Keller, L. K. (2016). *Marketing Management*. 15e Edition. Pearson Education Limited.
- Kuntari, B., Kumadji, S., & Hidayat, K. (2016). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN (Survei Pada Pelanggan Bengkel PT Astra International Tbk di Daihatsu Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 36(1), 196–202.
- Mutiawati et al., (2019:7) Mutiawati, C., Suryani, F. M., Anggraini, R., & Azmeri. (2019). Kinerja Pelayanan Angkutan Umum Jalan Raya. Sleman. Deepublish (Grup Penerbitan Cv Budi Utama ).
- Nasution, M.Nur.2015. *Manajemen Mutu Terpadu*. Jakarta : Ghali Indonesia.

- Ningsih, D. H.U., Santoso, D. B., Mariana, N., & Saefurrohman, S. (2022). Model Serach Engine Optimization (SEO) bagi UMKM Untuk Meningkatkan Popularitas Dan Pengunjung Website. *Jurnal Sisfokom (Sistem Informasi dan Komputer)*, 11(3), 415-422
- Orientani, R., & Jumhur, H. M. (2017). Kualitas Layanan Tiket Elektronik Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, 10(2), 42-49.
- Pattaray, A., Aini, W., Ratmaja, L., Sri Wahyuni, E., & Hadi, A. (2021). Konsep Pelayanan Bagi Wisatawan Penyandang Disabilitas. Malang. CV Literasi Nusantara Abadi.
- Prasetyo, A., Ashoer, M., Hutahaean, J., & Simarmata, J. (2021). Konsep Dasar E-Commerce. Yayasan Kita Menulis.
- Purba, M. M. (2021). Pemesanan Tiket Kereta Api Online (E-Ticketing) Menggunakan Aplikasi KAI Access. *JSI (Jurnal sistem Informasi) Universitas Suryadarma*, 6(2), 175-194.
- Putro, S. W. (2014). Pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas konsumen Restoran Happy Garden. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 2(1), 1-9
- Romindo, R., Muttaqin, M., Saputra, H., & Wahyudin, D. (2019). E-Commerce: Implementasi, Strategi dan Inovasinya. Yayasan Kita Menulis.
- Sasongko, S. R. (2021). Faktor-faktor kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan (literature review manajemen pemasaran). *Jurnal ilmu manajemen terapan*, 3(1), 104-114.
- Septiarini, E. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Activewear terhadap Kepuasan Pelanggan dengan Kualitas Pelayanan Elektronik (E-servqual) sebagai Variabel Mediasi. *Portofolio: Jurnal Ekonomi, Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi*, 19(1), 59-76.
- Syahputri, A. Z., Della Fallenia, F., & Syafitri, R. (2023). Kerangka berfikir penelitian kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran*, 2(1), 160- 166.
- Zhafirah, R., Hendra, S., & Nur, A. (2023). Analisis Penerapan Informasi Akuntansi Terhadap Penjualan E-Tiket Menggunakan Aplikasi Kai Acces. *Jurnal Kendali Akuntansi* 1(4), 279-292.
- Zulfahmi, D. (2019). Analisis Harga, Kualitas Pelayanan Elektronik, Promosi Serta Lokasi Terhadap Keputusan Customer Menggunakan Jada Ojek Online (Studi Kasus Pada Customer Go-jek Wilayah Medan Amplas). *Kumpulan Karya Ilmiah Mahasiswa Fakultas Sosial Sains*, 1(01).