

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di zaman sekarang ini bisnis jasa berkembang semakin pesat, diantaranya adalah jasa transportasi. Dampak yang akan terjadi perusahaan transportasi akan mengalami peningkatan persaingan. Dengan persaingan antar perusahaan jasa transportasi membuat konsumen semakin selektif dalam menentukan pilihan dalam bertransportasi, supaya konsumen merasa puas dan yakin terhadap transportasi yang dipilih.

Jasa transportasi saat ini sangat penting dan dibutuhkan keberadaanya oleh masyarakat luas. Aktivitas yang dilakukan setiap orang tidak akan jauh berhubungan dengan alat transportasi sebagai pelengkap dan pendukungnya. Karena transportasi berfungsi sebagai perpindahan makhluk hidup dan/atau barang dari satu tempat ke tempat lain, yang bertujuan meningkatkan dan mensamaratakan kesejahteraan masyarakat yang belum berkembang. Transportasi darat, transportasi laut, transportasi udara merupakan tiga macam alat transportasi yang dapat digunakan. Yang menjadi unggulannya adalah transportasi darat dan yang paling diminati dari kalangan manapun adalah kereta api.

Tabel I.1

Data Pengguna Transportasi di Indonesia

KAI (dalam ribuan)			Angkasa Pura			Pelni (dalam puluhan)		
Tahun	Jumlah	Total	Tahun	Jumlah	Total	Tahun	Jumlah	Total

2019	351820	351820	2016	41094610	41094610	2016	100731	100731
2020	393268	745088	2017	37651435	78746045	2017	91763	192494
2021	422129	1167217	2018	44397149	12343194	2018	95602	288096

Sumber: bps.go.id

Dilihat dari Tabel I.1 Kereta Api merupakan transportasi darat yang dianggap masyarakat adalah transportasi yang paling ekonomis. Kereta api juga merupakan alat transportasi darat yang bebas dari macet, dapat menampung banyak penumpang dan barang, memiliki fasilitas yang nyaman dan bersih, selalu tiba ditujuan tepat waktu sesuai jadwal, dan kereta api memiliki jalur khusus yang memberi rasa aman sehingga meminimalisir terjadinya kecelakaan. Bila dibandingkan dengan transportasi pesaingnya yaitu darat, laut, maupun udara, pada saat ini jalan raya dan tol mulai macet dimana-mana serta sering terjadi perubahan cuaca dan iklim yang membuat maskapai penerbangan dan perjalanan kapal laut sering terlambat dari waktu yang telah ditentukan.

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan tersebut, peneliti tertarik untuk mengkaji lebih jauh mengenai layanan online yang diberikan PT Kereta Api Indonesia (Persero) khususnya pada KA Taksaka yang melayani jurusan Tugu Yogyakarta-Jakarta Gambir.

Kereta Api Taksaka mulai beroperasi pada tanggal 19 September 1999. Rute yang ditempuh oleh Kereta Api Taksaka adalah Yogyakarta-Kutoarjo-Kebumen-Purwokerto-Cirebon-Jatinegara-Gambir PP. Kereta Api Taksaka memiliki dua jenis pemberangkatan yaitu Kereta Api Taksaka Pagi dan Kereta Api Taksaka Malam. Tetapi karena dengan adanya pandemi *COVID-19* maka yang aktif hanya Taksaka Malam saja.

Screenshot 1: Morning Departure (21:00 - 04:20)		Screenshot 2: Evening Departure (21:00 - 04:20)	
Kelas	Harga	Kelas	Harga
TAKSAKA LUXURY (84L) Eksekutif (H)	Rp 800,000,- (18 Tersisa)	TAKSAKA (84) Eksekutif (I)	Rp 320,000,- (Tersedia)
TAKSAKA (84) Eksekutif (AA)	Rp 400,000,- (Habis)	TAKSAKA (84) Eksekutif (J)	Rp 250,000,- (Tersedia)
TAKSAKA (84) Eksekutif (A)	Rp 370,000,- (Habis)	TAKSAKA (84) Eksekutif (H)	Rp 350,000,- (Tersedia)
TAKSAKA LUXURY (84L) Eksekutif (A)	Rp 950,000,- (Habis)	TAKSAKA LUXURY (84L) Eksekutif (H)	Rp 800,000,- (18 Tersisa)
		TAKSAKA (84) Eksekutif (AA)	Rp 400,000,- (Habis)

Gambar I.1 Tarif KA Taksaka GMR-YK Gambar I.2 Tarif KA Taksaka GMR-YK
 Sumber: <https://kai.id/> Sumber: <https://kai.id/>

Fasilitas yang dimiliki KA Taksaka adalah gerbong *New Image Stainless Steel*, *Executive (50 Seat 2-2, Footrest)*, dan Toilet dengan harga Rp 250.000,00 - Rp 400.000,00. Pada *Luxury Class (18 electric seat 1-1, legrest, footrest)*, penutup telinga, penutup mata, dan Toilet dengan harga Rp 800.000,00 - Rp 950.000,00. Kedua kelas tersebut tidak disediakan bantal dan selimut dikarenakan adanya Pandemi *COVID-19*.

Pada rute Jakarta-Yogyakarta KA Taksaka juga memiliki banyak pesaing, tetapi beda jenis. Misalkan untuk kendaraan jenis Bus yaitu Sinar Jaya dan jenis penerbangan yaitu Maskapai Garuda Indonesia.

traveloka % Promo Jadi Partner Traveloka Simpan Pesanan Saya IDR Pay Log In Daftar

Jakarta → Terminal Giwangan
Friday, 19 February 2021 1 kursi [Ubah Pencarian](#)

PT Sinar Jaya Group
Executive

16:00
Terminal Kampung Rambutan Jakarta

→

05:20 (+1h)
Terminal Giwangan Yogyakarta

13j 20m

Rp 160.000
[Pilih](#)

[Detail Bus](#) [Jadwal Bus](#) [Detail Harga](#)

Tipe Bus: Hino
Kapasitas Kursi: 40 kursi
Format Kursi: 2-2
Fasilitas:

- AC
- Kursi Recliner
- Sandaran Kaki
- Hiburan Sentral
- Tempat Istirahat
- Toilet
- Stopkontak
- Bagasi
- Bantal
- Bagasi Besar

Gambar I.3 Tarif Bus Sinar Jaya Executive Jakarta-Yogya
<https://www.traveloka.com>

traveloka % Promo Jadi Partner Traveloka Simpan Pesanan Saya IDR Pay Log In Daftar

Jakarta → Terminal Giwangan
Friday, 19 February 2021 1 kursi [Ubah Pencarian](#)

PT Sinar Jaya Group
Executive

16:00
Terminal Kampung Rambutan Jakarta

→

05:20 (+1h)
Terminal Giwangan Yogyakarta

13j 20m

Rp 160.000
[Pilih](#)

[Detail Bus](#) [Jadwal Bus](#) [Detail Harga](#)

- 16:00
Feb 19, 2021
Jakarta
Terminal Kampung Rambutan Jakarta
- 🕒 13j 20m
- 05:20
Feb 20, 2021
Terminal Giwangan
Terminal Giwangan Yogyakarta

Rute:
Jakarta - Bekasi - Gombong - Kebumen - Kutoarjo - Purworejo - Wates - Yogyakarta

Gambar I.4 Tarif Bus Sinar Jaya Executive Jakarta-Yogya

<https://www.traveloka.com>

Pada Jasa Transportasi PO (Perusahaan Otobus), penulis ambil contoh PT Sinar Jaya Group dengan Chasis Hino RN R285 (Air Suspension) dibaluti Karoseri AdiPutro HDD 3+ atau Laksana *Legacy* SRHD2, dengan pelayanan *Executive Class* (40 Seat 2-2, *Legrest*), dan Toilet dengan harga Rp 160.000,00.

Pada awal New Normal penulis sempat melihat Sinar Jaya Hino RN R285 (Air Suspension) dibaluti Karoseri Laksana *Suites Class*, memiliki fasilitas 21 *Seats* 1-1, *Cup Holder*, *Reading Lamp*, AC Individu, *USB Charger*, dan (*blankets and pillows*) *still sealed*, dibandrol harga Rp 315.000,00.

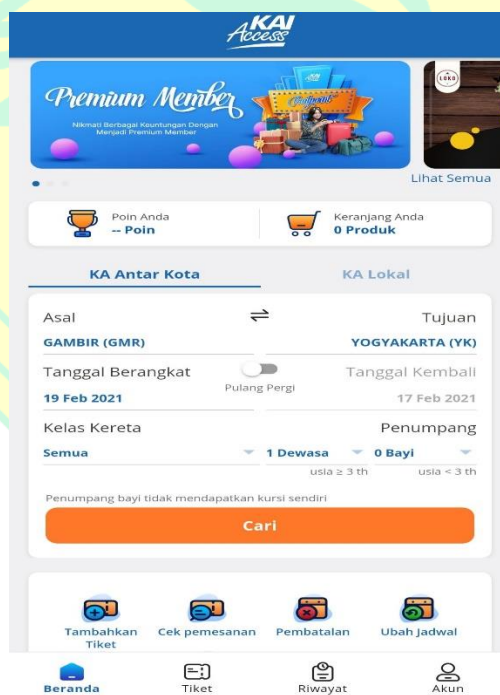
The screenshot displays a flight booking interface on the Traveloka website. At the top, there are navigation links for 'Promo', 'Jadi Partner Traveloka', 'Simpan', 'Pesanan Saya', 'IDR', 'Pay', 'Log In', and 'Daftar'. The main heading indicates the route: 'Jakarta (JKTA) – Yogyakarta (YKIA) | Jum, 19 Feb 2021 | 1 passengers | Business'. Below this, there are tabs for 'Seat Distancing' and 'Free Protection'. The flight details section shows 'Garuda Indonesia' with a departure time of 16:10 from Jakarta (CGK) and an arrival time of 17:35 at Yogyakarta (YIA), with a duration of 1j 25m. The price is listed as 'Rp 2.310.800/org' with a 'Pilih' button. A 'Detail Penerbangan' section provides further information: 'Garuda Indonesia GA-214 Business' with baggage allowance of 30 kg (7 kg in cabin) and a note that additional baggage is not available. It also mentions 'Makanan di pesawat'. The flight path is visualized with a timeline from 16:10 at Soekarno Hatta International Airport to 17:35 at Yogyakarta / Kulon Progo (YIA) International Airport.

Gambar I.5 Tarif Maskapai GA-214 CGK-YIA
<https://www.traveloka.com>

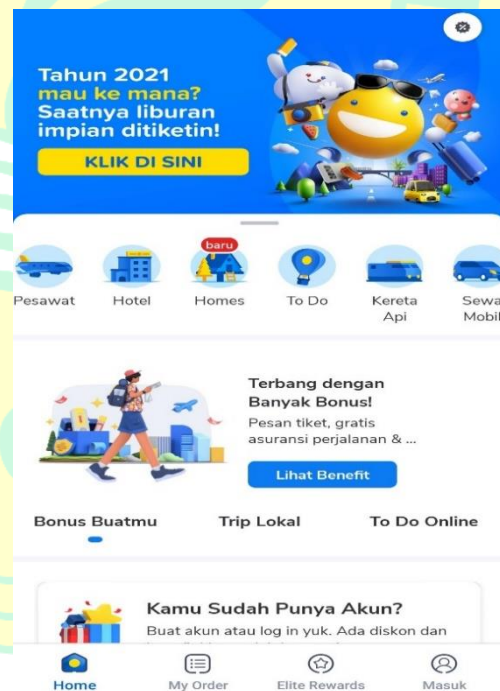
Pesaing selanjutnya adalah Maskapai Garuda Indonesia GA-214. Menggunakan Boeing 737-800 dengan kelas Bisnis (12 *Seats* 2-2, *Footrest*,

Armrest yang menyimpan IFE, and 44 inch for legroom), power plug, life fest Newspaper, and Candy, dibandrol harga Rp2.310.800,00.

Pada era globalisasi digital dan modern pada saat ini dapat kita ketahui bersama segala sesuatu dituntut untuk lebih cepat, karena waktu sangat mahal, sehingga setiap orang memperhatikan segala sesuatu yang berhubungan dengan waktu. Didalam kehidupan sehari-hari transportasi menjadi alternatif satu hal penting yang berkaitan dengan waktu. perusahaan jasa saat ini telah berubah menjadi sangat cepat dikarenakan adanya kemajuan teknologi yang mulai berguna untuk mempermudah orang dalam beraktivitas. Dengan ini berakibat adanya peningkatan kualitas layanan. Hal ini yang memacu perusahaan agar selalu perbaharui mengenai pola konsumsi penumpang atau calon penumpang yang selalu berubah.



Gambar I.6 Tampilan awal KAI Access
Tiket.com



Gambar I.7 Tampilan awal

Sumber: <https://kai.id/>

Sumber:

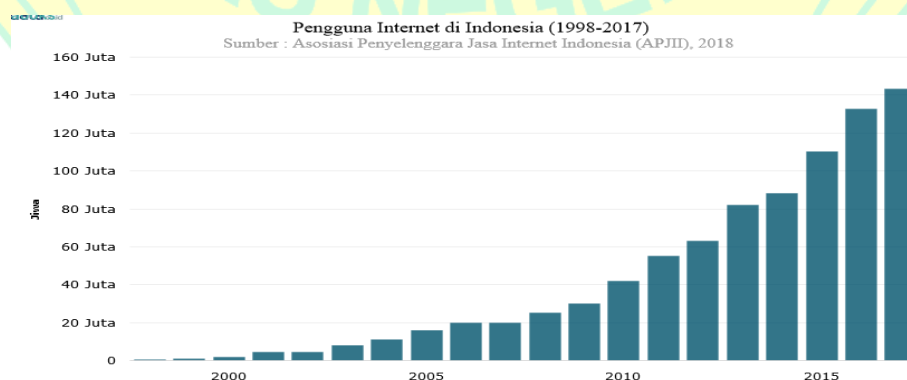
<https://www.tiket.com/>

The screenshot shows the Traveloka website interface for a train ticket search. The route is from Gambir to Yogyakarta, scheduled for Friday, February 19, 2021, for 1 adult. The search results are filtered by 'Kelas' (Class) and show two options for the 'Taksaka Eksekutif' train. The first option is priced at Rp 250,000 and the second at Rp 320,000. Both options show a departure time of 21:00 from Gambir and an arrival time of 04:20 (+1 hari) in Yogyakarta, with a duration of 7j 20m (7 hours 20 minutes) and a direct route.

Nama Kereta	Berangkat	Tiba	Durasi	Jumlah Transit	Harga per orang
Taksaka Eksekutif (I)	21:00 Gambir	04:20 (+1 hari) Yogyakarta	7j 20m Langsung		Rp 250.000
Taksaka Eksekutif (II)	21:00 Gambir	04:20 (+1 hari) Yogyakarta	7j 20m Langsung		Rp 320.000

Gambar I.8 Tampilan Awal Traveloka
<https://www.traveloka.com>

Hampir semua perusahaan terutama perusahaan jasa yang memanfaatkan *media online* untuk melakukan jual-beli produk barang dan/atau jasa dikarenakan Indonesia adalah negara yang banyak menggunakan internet. Hal tersebut menjadi sebab perusahaan untuk mengikuti apa yang diinginkan masyarakat yaitu adanya *application mobile* yang dapat digunakan untuk membeli makanan dan/atau minuman, pengantar jasa, pembelian barang-barang, dan pembelian tiket perjalanan.

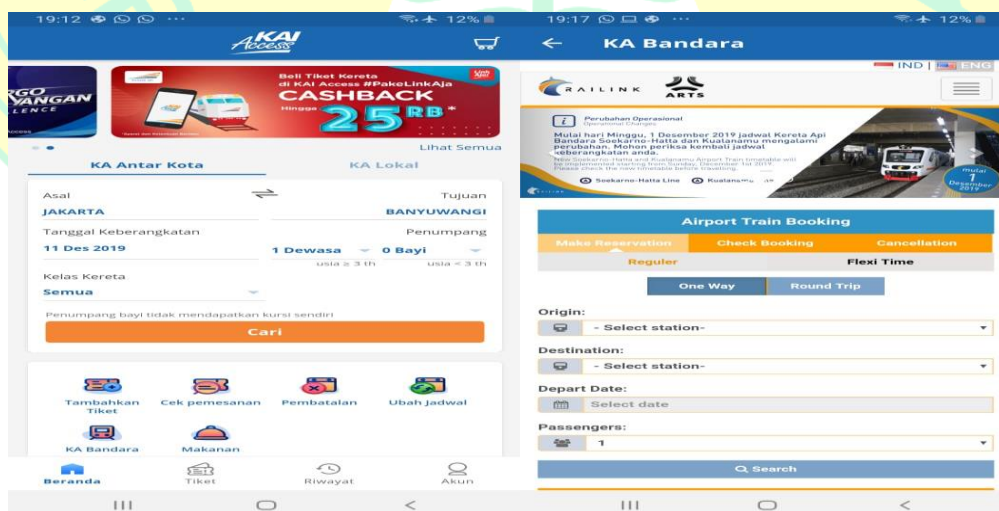


Gambar I.9 Pengguna Internet di Indonesia

Sumber : <https://databoks.katadata.co.id/>

Salah satu perusahaan penyedia layanan transportasi yang mulai memanfaatkan layanan *e-ticketing* ini adalah PT. KAI (Persero), yang merupakan Badan Usaha Milik Negara Indonesia yang menyediakan jasa angkutan kereta api. Pengembangan akan adanya pembelian tiket secara *online* ini bertujuan untuk menciptakan minat beli konsumen dan membuat konsumen tersebut loyal. Namun semakin banyaknya *mobileapplication* yang mulai menjual belikan *e-ticket* mengakibatkan persaingan yang cukup besar, yang mengakibatkan *mobileapplication* KAI Access mengalami penurunan dan mulai dikuasai oleh *mobileapplication* lainnya.

Dalam meningkatkan pelayanan, PT KAI telah menyediakan layanan melalui aplikasi KAI Access. Aplikasi tersebut berguna untuk calon penumpang dalam melakukan pembelian tiket berbagai jurusan, dari KA yang termurah (subsidi), KA lokal, KA tarif termahal dengan jarak terjauh, dan KA Bandara



Gambar I.10 KAI Acces

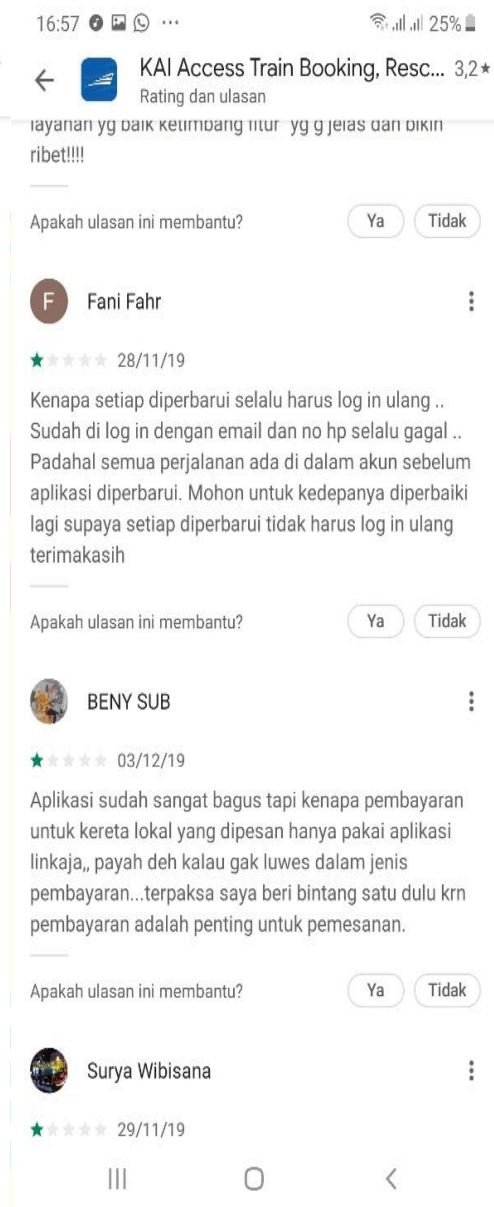
Sumber: <https://kai.id/>

Gambar I.11 KAI Access

Sumber: <https://kai.id/>

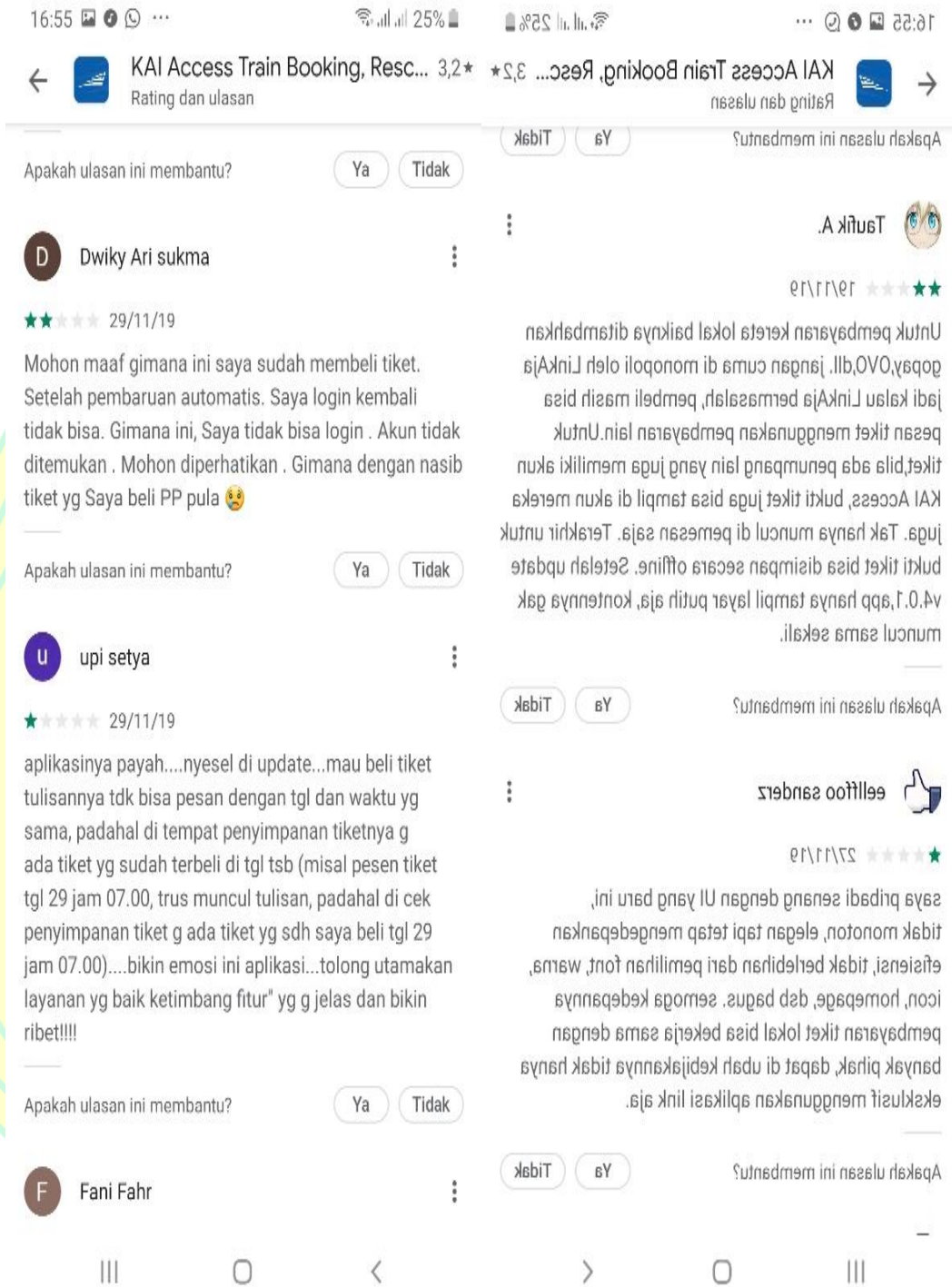


Gambar I.12 Ulasan KAI Access

Sumber:<https://kai.id/>

Gambar I.13 Ulasan KAI Access

Sumber:<https://kai.id/>

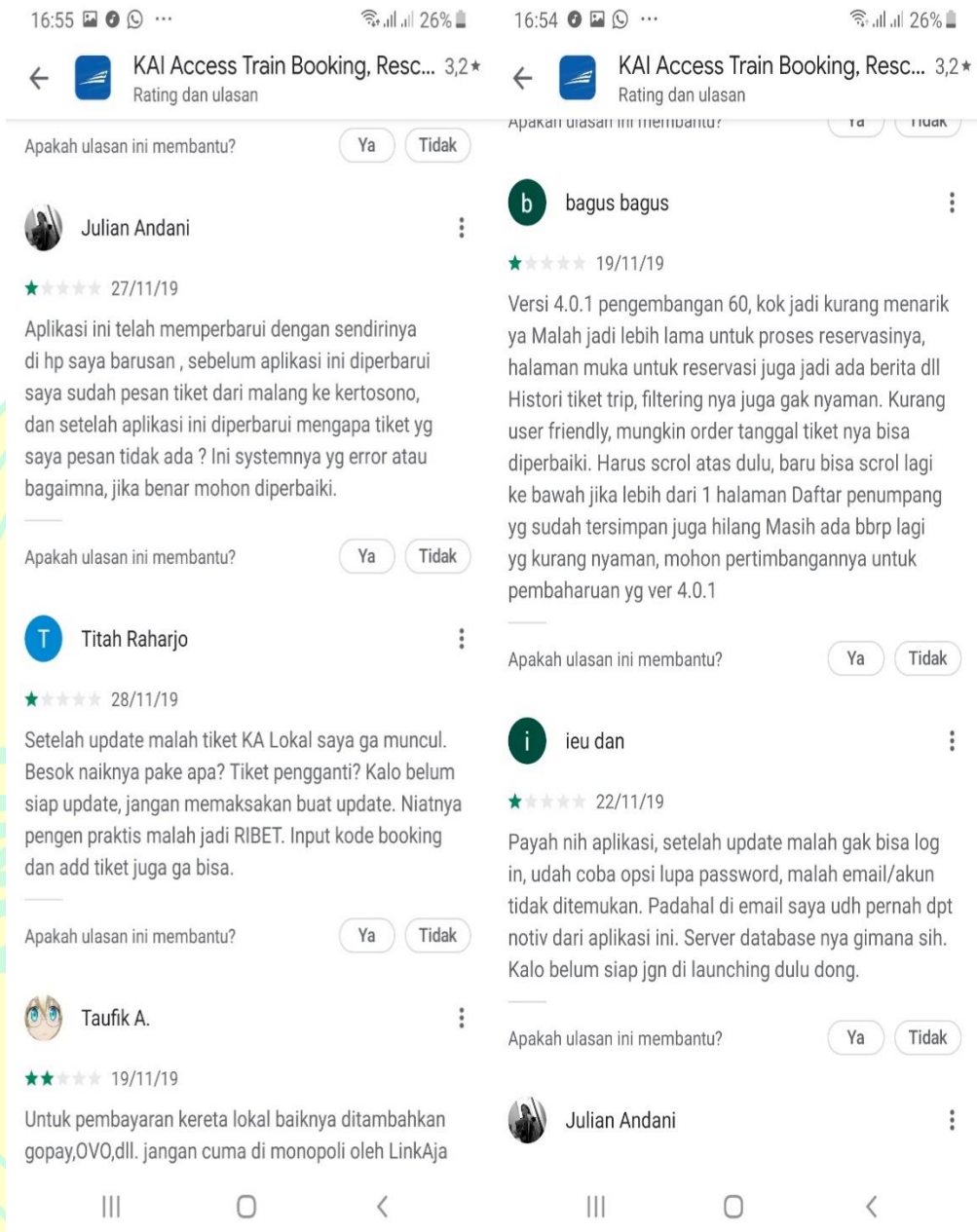


Gambar I.14 Ulasan KAI Access

Gambar I.15 Ulasan KAI Access

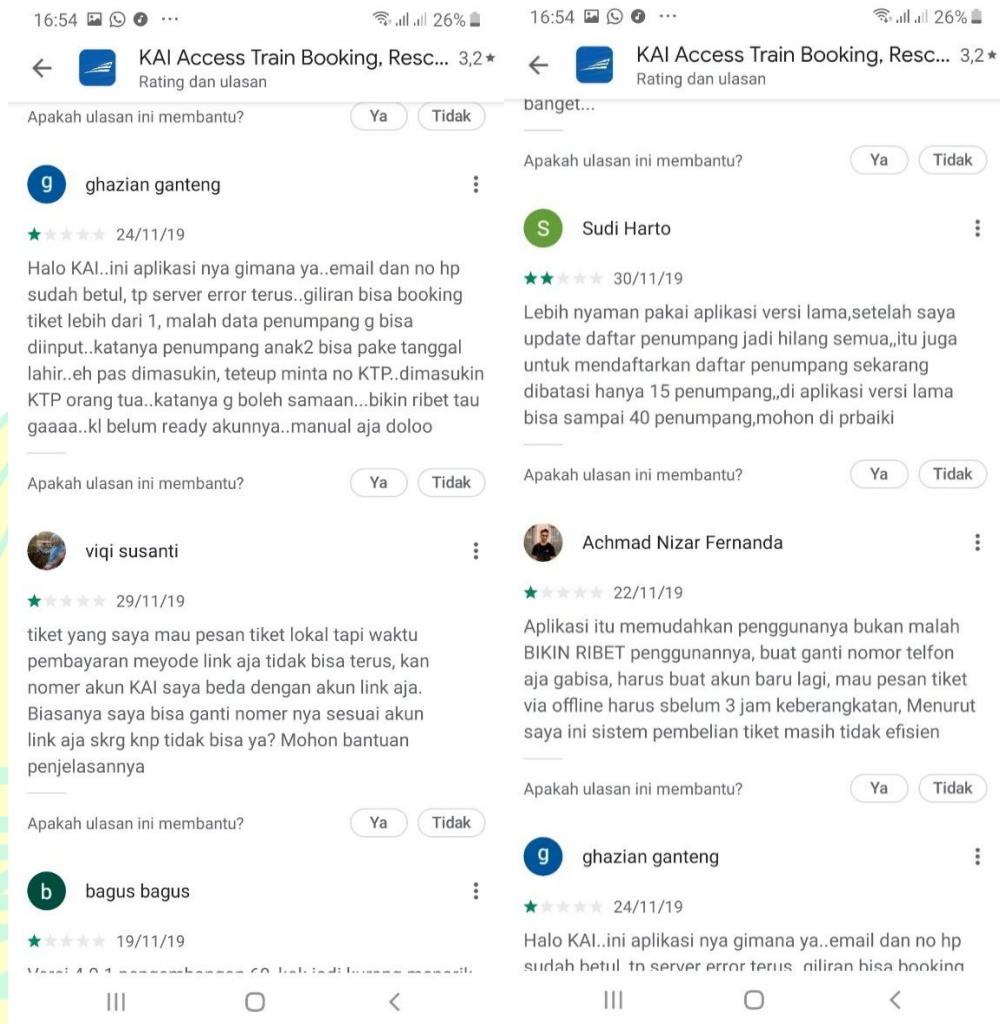
Sumber: <https://kai.id/>

Sumber: <https://kai.id/>



Gambar I.16 Ulasan KAI Access
Sumber:<https://kai.id/>

Gambar I.17 Ulasan KAI Access
Sumber:<https://kai.id/>



Gambar I.18 Ulasan KAI Access

Sumber:<https://kai.id/>

Gambar I.19 Ulasan KAI Access

Sumber:<https://kai.id/>

Dilihat dari *google play*, aplikasi KAI Access lebih banyak yang memberikan *rating* kecil dan ulasan negatif. Penyebabnya adalah adanya pembaharuan pada aplikasi KAI Access yang seharusnya kinerja aplikasi KAI Access menjadi lebih baik malah menjadi banyak masalah. Akibatnya banyak pengguna aplikasi KAI Access dan/atau calon penumpang merasa kesal dengan hal tersebut.

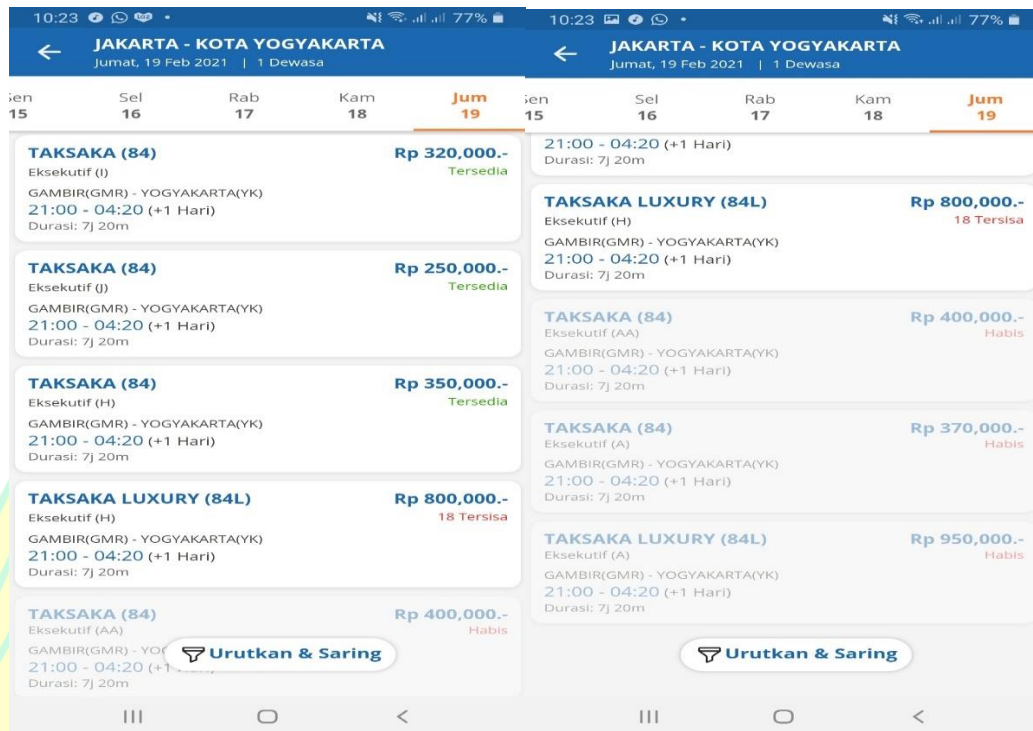
Tabel I.2

Data dari ulasan pengguna Aplikasi KAI Access

Penyebab	Akibat	Yang Menjadi Beban yang dirasakan Calon Penumpang
Pembaharuan	Susah <i>login</i>	Harus datang ke Stasiun Pembrangkatan
	Kinerja Aplikasi yang semakin lamban	
	Akun yang sudah ada <i>logout</i> otomatis	
	Ketika <i>login</i> akun, tidak bisa <i>login</i>	
	Tombol-tombol tidak merespon/berfungsi	
	Ketika mengetik, hasil ketikan tidak sesuai dengan yang diketik	
	Ketika mendaftar ulang dengan akun (email, no HP, no KTP) yang sama tidak bisa, karena akun pernah terdaftar	
	Tiket yang sudah terpesan (namun belum dicetak) menjadi hilang	

Sumber: <https://kai.id/>

Jika dilihat dari gambar dan tabel diatas adalah pengguna aplikasi dan/atau calon penumpang KA merasa kesal dengan adanya pembaharuan aplikasi KAI Access. Dikarenakan hasilnya adalah negatif. Ketika melakukan pembaharuan aplikasi KAI Access akun otomatis *logout*, ketika login ulang tidak berhasil, ketika daftar ulang dengan akun yang sama tidak bisa karena data sudah ada. Jika berhasil login pun data dari jadwal pemberangkatan yang sudah terpesan dan/atau terbayar pun hilang. Hasilnya penumpang harus mengurus ke stasiun pemberangkatan, hal tersebut sangat memberatkan calon penumpang terutama yang sudah membayar tiket kereta yang belum dicetak.



Gambar I.20 Tarif KA Taksaka GMR_Y

Gambar I.21 Tarif KA Taksaka GMR_YK

Sumber: <https://kai.id/>Sumber: <https://kai.id/>

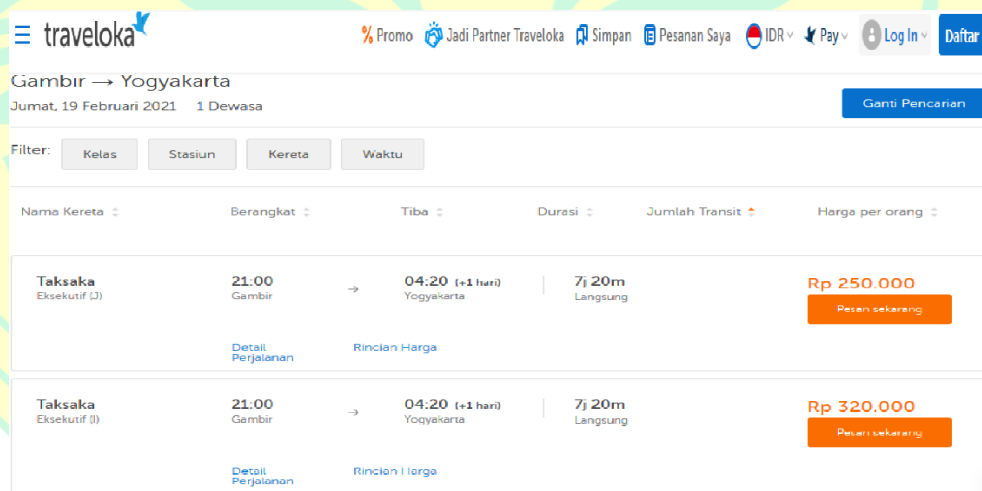
Penulis fokus pada Aplikasi KAI Access yang menjual *e-tiket* KA Taksaka (84/84L) dengan trayek GMR-YK. Untuk tarif berbagai macam tergantung pada subkelas. Pada Eksekutif (J) dibandrol harga Rp 250.000,00, Eksekutif (I) dibandrol harga Rp 320.000,00, Eksekutif (H) dibandrol harga Rp 350.000,00, Eksekutif (AA) dibandrol harga Rp 400.000,00, *Luxury* (H) dibandrol harga Rp 830.000,00, *Luxury* (A) dibandrol harga Rp 950.000,00.

Adanya perbedaan tarif dikarenakan adanya Subkelas, yang artinya tergantung posisi duduk atau gerbong. Untuk kelas Eksekutif biasanya tarif murah berada di gerbong paling belakang, tariff menengah berada gerbong depan, dan yang termahal berada digerbong tengah. Dikarenakan gerbong tengah dekat dengan KA Restorasi dan juga dekat dengan pintu keluar/masuk stasiun.

Pada KA Taksaka biasanya terdiri dari 1 Loko (CC 206 xx xx), 1 KA Pembangkit (KP atau P 1 18 atau 19 xx), 8-9 KA Eksekutif (K 1 0 18 atau 19 xx), 1 KA Restorasi Eksekutif (KM atau M 0 1 18 atau 19 xx).

Gerbong Eksekutif 1 pasti selalu ada didepan menggunakan tariff menengah, dikarenakan pada saat turun/naik agak jauh tetapi pasti dapat peron, gerbong tengah (Eksekutif 4 dan 5) dengan tariff termahal, dan gerbong belakang menggunakan tariff termurah karena selain jauh dari pintu masuk/keluar biasanya tidak mendapat peron pada Stasiun-Stasiun kecil.

Posisi gerbong Luxury biasanya yang paling/kedua dari depan atau belakang, dikarenakan supaya tidak ada penumpang KA Eksekutif yang berlalu-lalang. Perbedaan harga dikarenakan tergantung posisi duduk. Misal jika yang “Baris A” menghadap depan pasti “Baris B” menghadap belakang.



Nama Kereta	Berangkat	Tiba	Durasi	Jumlah Transit	Harga per orang
Taksaka Eksekutif (J)	21:00 Gambir	04:20 (+1 hari) Yogyakarta	7h 20m Langsung		Rp 250.000 Pesan sekarang
	Detail Perjalanan	Rincian Harga			
Taksaka Eksekutif (I)	21:00 Gambir	04:20 (+1 hari) Yogyakarta	7h 20m Langsung		Rp 320.000 Pesan sekarang
	Detail Perjalanan	Rincian Harga			

Gambar I.22 Tarif KA Taksaka GMR-YK

<https://www.traveloka.com>

Kelas	Waktu Keberangkatan	Waktu Tiba	Durasi	Harga	Status
Taksaka Eksekutif (H)	21:00 Gambir	04:20 (+1 hari) Yogyakarta	7j 20m Langsung	Rp 350.000	Pesan sekarang
Taksaka Luxury Eksekutif (H)	21:00 Gambir	04:20 (+1 hari) Yogyakarta	7j 20m Langsung	Rp 800.000	Pesan sekarang Sisa 18 kursi
Taksaka Eksekutif (A)	21:00 Gambir	04:20 (+1 hari) Yogyakarta	7j 20m Langsung	Rp 370.000	Habis

Gambar I.23 Tarif KA Taksaka GMR-YK

<https://www.traveloka.com>

Kelas	Waktu Keberangkatan	Waktu Tiba	Durasi	Harga	Status
Taksaka Eksekutif (A)	21:00 Gambir	04:20 (+1 hari) Yogyakarta	7j 20m Langsung	Rp 370.000	Habis
Taksaka Eksekutif (AA)	21:00 Gambir	04:20 (+1 hari) Yogyakarta	7j 20m Langsung	Rp 400.000	Habis
Taksaka Luxury Eksekutif (A)	21:00 Gambir	04:20 (+1 hari) Yogyakarta	7j 20m Langsung	Rp 950.000	Habis

Gambar I.24 Tarif KA Taksaka GMR-YK

<https://www.traveloka.com>

Pada aplikasi selanjutnya yaitu TRAVELOKA yang menjual *e-tiket* KA Taksaka (84/84L) dengan trayek GMR-YK. Untuk tarif berbagai macam tergantung pada subkelas. Pada Eksekutif (J) dibandrol harga Rp 250.000,00,

Eksekutif (I) dibandrol harga Rp 320.000,00, Eksekutif (H) dibandrol harga Rp 350.000,00, Eksekutif (AA) dibandrol harga Rp 400.000,00, *Luxury* (H) dibandrol harga Rp 830.000,00, *Luxury* (A) dibandrol harga Rp 950.000,00.

Adanya perbedaan tarif dikarenakan adanya Subkelas, yang artinya tergantung posisi duduk atau gerbong. Untuk kelas Eksekutif biasanya tarif murah berada di gerbong belakang, tarif menengah berada gerbong depan, dan yang termahal berada digerbong tengah. Dikarenakan gerbong tengah dekat dengan KA Restorasi dan juga dekat dengan pintu keluar/masuk stasiun.

Pada KA Taksaka biasanya terdiri dari 1 Loko (CC 206 xx xx), 1 KA Pembangkit (KP atau P 1 18 atau 19 xx), 8-9 KA Eksekutif (K 1 0 18 atau 19 xx), 1 KA Restorasi Eksekutif (KM atau M 0 1 18 atau 19 xx).

Gerbong Eksekutif 1 pasti selalu ada di depan menggunakan tarif menengah, dikarenakan pada saat turun/naik agak jauh tetapi pasti dapat peron, gerbong tengah (Eksekutif 4 dan 5) dengan tarif termahal, dan gerbong belakang menggunakan tarif termurah karena selain jauh dari pintu masuk/keluar biasanya tidak mendapat peron pada Stasiun-Stasiun kecil.

Posisi gerbong *Luxury* biasanya yang paling/kedua dari depan atau belakang, dikarenakan supaya tidak ada penumpang KA Eksekutif yang berlalu-lalang. Perbedaan harga dikarenakan tergantung posisi duduk. Misal jika “Baris A” menghadap depan pasti “Baris B” menghadap belakang.

Pilih Kereta Pergi
Gambir (GMR) → Yogyakarta (YK) - Jum, 19 Feb - 1 Penumpang

Taksaka 84 Eksekutif (Subclass J)	21:00 ^{7j 20m} GMR → 04:20 ⁺¹⁶ YK	IDR 260.000 24 kursi tersisa
	Detail Perjalanan Detail Harga	PILIH
Taksaka 84 Eksekutif (Subclass I)	21:00 ^{7j 20m} GMR → 04:20 ⁺¹⁴ YK	IDR 320.000
	Detail Perjalanan Detail Harga	PILIH
Taksaka 84 Eksekutif (Subclass H)	21:00 ^{7j 20m} GMR → 04:20 ⁺¹⁴ YK	IDR 350.000
	Detail Perjalanan Detail Harga	PILIH

Gambar I.25 Tarif KA Taksaka GMR-YK

<https://www.traveloka.com>

Pilih Kereta Pergi
Gambir (GMR) → Yogyakarta (YK) - Jum, 19 Feb - 1 Penumpang

Taksaka Luxury 84L Eksekutif (Subclass H)	21:00 ^{7j 20m} GMR → 04:20 ⁺¹⁴ YK	IDR 830.000 15 kursi tersisa
	Detail Perjalanan Detail Harga	PILIH
Taksaka 84 Eksekutif (Subclass A)	21:00 ^{7j 20m} GMR → 04:20 ⁺¹⁴ YK	Habis
	Detail Perjalanan Detail Harga	PILIH
Taksaka 84 Eksekutif (Subclass AA)	21:00 ^{7j 20m} GMR → 04:20 ⁺¹⁴ YK	Habis
	Detail Perjalanan Detail Harga	PILIH
Taksaka Luxury 84L Eksekutif (Subclass A)	21:00 ^{7j 20m} GMR → 04:20 ⁺¹⁴ YK	Habis
	Detail Perjalanan Detail Harga	PILIH

Gambar I.25 Tarif KA Taksaka GMR-YK

<https://www.traveloka.com>

Pada aplikasi selanjutnya yaitu TRAVELOKA yang menjual *e-tiket* KA Taksaka (84/84L) dengan trayek GMR-YK. Untuk tarif berbagai macam tergantung pada subkelas. Pada Eksekutif (J) dibandrol harga Rp 250.000,00, Eksekutif (I) dibandrol harga Rp 320.000,00, Eksekutif (H) dibandrol harga Rp 350.000,00, Eksekutif (AA) dibandrol harga Rp 400.000,00, *Luxury* (H) dibandrol harga Rp 830.000,00, *Luxury* (A) dibandrol harga Rp 950.000,00.

Adanya perbedaan tarif dikarenakan adanya Subkelas, yang artinya tergantung posisi duduk atau gerbong. Untuk kelas Eksekutif biasanya tarif murah berada di gerbong belakang, tarif menengah berada gerbong depan, dan yang termahal berada di gerbong tengah. Dikarenakan gerbong tengah dekat dengan KA Restorasi dan juga dekat dengan pintu keluar/masuk stasiun.

Pada KA Taksaka biasanya terdiri dari 1 Loko (CC 206 xx xx), 1 KA Pembangkit (KP atau P 1 18 atau 19 xx), 8-9 KA Eksekutif (K 1 0 18 atau 19 xx), 1 KA Restorasi Eksekutif (KM atau M 0 1 18 atau 19 xx).

Gerbong Eksekutif 1 pasti selalu ada di depan menggunakan tarif menengah, dikarenakan pada saat turun/naik agak jauh tetapi pasti dapat peron, gerbong tengah (Eksekutif 4 dan 5) dengan tarif termahal, dan gerbong belakang menggunakan tarif termurah karena selain jauh dari pintu masuk/keluar biasanya tidak mendapat peron pada Stasiun-Stasiun kecil.

Posisi gerbong Luxury biasanya yang paling/kedua dari depan atau belakang, dikarenakan supaya tidak ada penumpang KA Eksekutif yang berlalu-lalang. Perbedaan harga dikarenakan tergantung posisi duduk. Misal jika yang “Baris A” menghadap depan pasti “Baris B” menghadap belakang.

Kualitas layanan adalah totalitas fitur dan karakteristik suatu produk atau layanan yang mendukung kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Ini jelas definisi yang berpusat pada pelanggan. Dapat dikatakan penjual telah memberikan kualitas setiap kali produk atau layanannya memenuhi atau melebihi harapan pelanggan menurut Kotler dan Keller (2016: h. 156)

Kualitas layanan adalah pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan, Tjiptono dalam Diah Yulisetiari (2018 : h. 289)

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Sehingga definisi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen, Tjiptono dalam Nove, Sri Wijayanto (2018 : h. 18).

Kepercayaan adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat oleh konsumen tentang objek, atribut, dan manfaatnya. Maksud dari objek disini adalah berupa produk, orang, perusahaan dan segala sesuatu dimana seseorang memiliki kepercayaan terhadap objek tersebut, Mowen dalam Riani Mujiasih (2020 : h.478)

Kepercayaan pelanggan adalah respons pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan dan kinerja aktual dalam pemakaiannya, Avitrain Hali Wiedyani dalam Tjiptono (2019 : h.535)

Kepercayaan berkaitan dengan *emotional bonding*, yaitu kemampuan seseorang untuk mempercayakan perusahaan atau suatu merek untuk melakukan satu fungsi tertentu. Kepercayaan (*trust*) didefinisikan sebagai dimensi dari suatu hubungan yang menentukan tingkat kepercayaan dan integritas dari janji yang ditawarkan oleh pihak lainnya. Kepercayaan (*trust*) dalam hal ini merupakan perasaan untuk bisa mempercayai pihak lainnya atas

semua janji yang telah diberikan Avitrain Hali Wiedyani dalam William (2019 : h.535)

Loyalitas pelanggan adalah pola pikir pelanggan yang bersikap baik terhadap perusahaan, berkomitmen untuk membeli kembali produk atau jasa perusahaan dan merekomendasikan produk atau jasa kepada orang lain, Pearson dalam Agus Suwondo (2017 : h.7)

Loyalitas pelanggan adalah komitmen dari seseorang pelanggan terhadap suatu produk atau jasa yang diukur dengan pembelian ulang atau *attitudinal commitment*, Schiffman et al dalam Adam (2015: h.61).

Pembelian ulang merupakan perilaku pelanggan atas pengalaman melakukan pembelian sebelumnya yang didasarkan oleh rasa puas. Jika pelanggan merasa puas atas pengalaman pembelian sebelumnya maka pelanggan akan berpeluang membeli produk atau jasa tersebut pada kesempatan berikutnya, Kotler dalam Ellingga Widyantoro (2019 : h. 7).

Pembelian ulang menandakan jika produk atau jasa tersebut telah memenuhi persetujuan dengan pelanggan dan pelanggan bersedia untuk menggunakannya kembali, Schiffman dan Kanuk dalam Ellingga Widyantoro (2019 : h. 7-8).

Pada minat beli ulang (*repurchase intention*) yaitu kemauan pembeli agar membeli lagi setelah merasakan kesan positif, Hicks et al dalam Elisa (2020 : h. 1001)

Minat beli ulang menurut Nurhayati dan Wahyu (2012:53) adalah keinginan dan tindakan konsumen untuk membeli ulang suatu produk. Kepuasan yang diperoleh seorang konsumen dapat mendorong ia melakukan pembelian ulang, menjadi loyal terhadap produk tersebut sehingga konsumen dapat

menceritakan hal-hal yang baik kepada orang lain Nurhayati dan Wahyu dalam Regi Miranda (2020 : h. 311)

Berdasarkan uraian dari permasalahan di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengguna Aplikasi KAI Access”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan paparan latar belakang tersebut dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Loyalitas pengguna KAI *Access*?
2. Apakah Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Minat Beli Ulang Pengguna KAI *Access*?
3. Apakah Kepercayaan pengguna KAI *Access* berpengaruh terhadap Loyalitas pengguna KAI *Access*?
4. Apakah Kepercayaan pengguna KAI *Access* berpengaruh terhadap Minat Beli Ulang Pengguna KAI *Access*?
5. Apakah Apakah Loyalitas berpengaruh terhadap Minat Beli Ulang pengguna KAI *Access*?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian adalah

1. Untuk mengetahui Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Loyalitas pengguna KAI *Access*

2. Untuk mengetahui Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Minat Beli Ulang Pengguna KAI *Access*
3. Untuk mengetahui Kepercayaan pengguna KAI *Access* berpengaruh terhadap Loyalitas pengguna KAI *Access*
4. Untuk mengetahui Kepercayaan pengguna KAI *Access* berpengaruh terhadap Minat Beli Ulang Pengguna KAI *Access*
5. Untuk mengetahui Loyalitas berpengaruh terhadap Minat Beli Ulang pengguna KAI *Access*

1.4 Manfaat Penelitian

1.1.1 Kegunaan Teoritis

- Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah dan memperluas pengetahuan dalam menerapkan teori yang didapat selama proses perkuliahan, khususnya yang berkaitan dengan bidang pemasaran.

- Bagi akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan untuk penelitian selanjutnya terkait minat pembelian ulang.

1.1.2 Kegunaan Praktis

- Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan bagi PT KAI dalam mengambil kebijakan dan keputusan yang berkaitan dengan bidang pemasaran.

- Bagi pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat menjadibahan pertimbangan dan acuan bagi para pembaca untuk memilih Jasa PT KAI sebagai alat Transportasi

