
**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN *ONLINE*
RESERVATION TICKET TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN
(Studi Kasus pada PT Kereta Api Indonesia Daop 4 Semarang)**

Muhammad Ariefian Isnan* , Sutopo¹

Muhammad.ariefian@gmail.com
Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro
Jl. Prof. Soedharto SH Tembalang, Semarang 50275

Received 1 October 2014

Received in revised form 1 November 2014

Accepted 1 December 2014

ABSTRACT

The background of this research is the accumulation of passengers at ticket counter at departure station that indicates a lack of interest in using online reservation ticket service. This research aims to analyze and provide empirical evidence about the influence of the four variables of quality electronic services are efficiency (X1), fulfillment (X2), system availability (X3), dan privacy (X4) to customer satisfaction users online reservation ticket of PT Kereta Api Indonesia Daop 4 Semarang.

Data analysis techniques used in this research is multiple regression analysis. The population in this study was the passengers that uses the online reservation ticket in the PT Kereta Api Indonesia Daop 4 Semarang. The amount of sampels are 100 respondents and the sampling method is purposive sampling. The data was collected using questionnaires.

The t test result show that only variables efficiency, fulfillment, and system availability have a positive and significant effect on customer satisfaction .while privacy variable not positive and significant effect on customer satisfaction. The multiple linier regression result show that efficiency variable are independent variables that most influence on the customer satisfaction.

Keywords: quality of service, efficiency, fulfillment, system availability, privacy, customer satisfaction

PENDAHULUAN

Transportasi berperan penting dalam menunjang pembangunan nasional dan merupakan sarana penting dalam memperlancar roda perekonomian serta mempengaruhi hampir semua aspek kehidupan. Meningkatnya kebutuhan akan sarana transportasi seiring dengan meningkatnya pertumbuhan penduduk di Indonesia dan kebutuhan masyarakat khususnya masyarakat perkotaan akan jasa

angkutan yang digunakan untuk mobilitas penumpang maupun barang untuk menunjang kegiatan ekonomi.

Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan (Tjiptono, 2004). Griffin menjelaskan dalam buku *Customer Loyalty* (2005) bahwa banyak perusahaan beranggapan apabila pelanggan

puas maka pelanggan tersebut akan menjadi pelanggan yang loyal dan memberikan respon positif yang bermanfaat bagi perusahaan.

PT Kereta Api Indonesia (persero) adalah salah satu badan usaha milik negara (BUMN) yang bergerak dalam bidang penyelenggaraan pelayanan jasa transportasi darat dalam rangka memperlancar arus perpindahan orang atau barang secara masal guna menunjang pembangunan nasional. Kereta api memiliki peranan penting dalam pelayanan jasa transportasi umum. Permasalahan yang dihadapi oleh PT KAI adalah kurang lancarnya proses pelayanan pembelian tiket kereta api di stasiun. Hal tersebut diperparah dengan banyaknya calo penjual tiket yang memanfaatkan keadaan untuk meraup keuntungan dengan menjual tiket di atas harga normal.

Seiring dengan semakin pesatnya kemajuan dalam dunia teknologi saat ini, kebutuhan akan kemudahan dalam mengakses dan memanfaatkan teknologi informasi dalam memenuhi kebutuhan dalam masyarakat semakin meningkat, salah satunya adalah pemanfaatan media internet (*on-line*)

yang digunakan untuk memperoleh informasi. Hal ini yang dimanfaatkan pula oleh PT kereta api indonesia untuk meningkatkan kualitas pelayanan terutama di sektor pelayanan tiket dengan mencanangkan sistem *online reservation ticket* yaitu sistem pemesanan tiket menggunakan media internet (*on-line*) tanpa harus datang dan membeli langsung tiket kereta api di loket-loket penjualan tiket di stasiun. Akan tetapi di dalam pelaksanaannya, program *online reservation ticket* ternyata masih belum optimal. Hal ini terlihat dari masih banyaknya penumpukan jumlah calon penumpang di loket loket pembelian tiket kereta api di stasiun pemberangkatan.

KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS

Zeithaml (2000, 2002) and Parasuraman et al., (2005) mengemukakan terdapat 4 dimensi dalam kualitas pelayanan elektronik, dimana 4 dimensi merupakan *core* kualitas pelayanan elektronik diantaranya *efficiency*, *fulfillment*, *system availability* dan *privacy*.

Hubungan Antara *Efficiency* dengan Kepuasan Pelanggan

Parasuraman et al (2005), dalam jurnal *Measurement of E-Service Quality: An Empirical Study On Electronic Railway Ticket Reservation Website Service* (Jain dan Kumar, 2011:25) mengemukakan *efficiency* merupakan salah satu dimensi dari kualitas pelayanan elektronik yang meliputi Kemampuan pelanggan untuk mengakses website, kemampuan untuk mencari produk dan informasi yang berkaitan dengan produk tersebut, dan meninggalkan situs bersangkutan dengan upaya minimal.

Hubungan antara *efficiency* dengan kepuasan pelanggan adalah *efficiency* merupakan salah satu dimensi dari kualitas pelayanan elektronik. Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan (Tjiptono, 2004:54). Dengan memperhatikan variabel *efficiency* konsumen akan lebih mudah dalam mendapatkan produk yang diinginkan, sehingga akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Didukung oleh penelitian terdahulu oleh Wibhawani (2012) yang menyatakan bahwa dari hasil tanggapan responden variabel *efficiency* memiliki harapan terhadap *efficiency* yang tergolong tinggi yaitu sebesar 81%. Berdasarkan tinjauan diatas maka hipotesis yang akan diuji dalam penelitian adalah :

H₁ : *Efficiency* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pengguna layanan jasa *online reservation ticket* PT Kereta Api Indonesia.

Hubungan Antara *Fulfillment* dengan Kepuasan Pelanggan

Parasuraman et al (2005), dalam jurnal *Measurement of E-Service Quality: An Empirical Study On Electronic Railway Ticket Reservation Website Service* (Jain dan Kumar, 2011:25) mengemukakan *fulfillment* merupakan salah satu dimensi dari kualitas pelayanan elektronik yang meliputi Aktual kinerja perusahaan kontras dengan apa yang dijanjikan melalui website, mencakup akurasi janji layanan, seperti ketersediaan stok

produk dan pengiriman produk sesuai dengan waktu yang dijanjikan.

Hubungan antara *fulfillment* dengan kepuasan pelanggan adalah *fulfillment* merupakan salah satu dimensi dari kualitas pelayanan elektronik. Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan (Tjiptono, 2004:54). Dengan memperhatikan variabel *fulfillment* akan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap kualitas pelayanan, sehingga akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Didukung oleh penelitian terdahulu oleh Wibhawani (2012) yang menyatakan bahwa dari hasil tanggapan responden, variabel *fulfillment* memiliki presentase yang tinggi di dalam nilai harapan pelanggan yaitu sebesar 78,33%. Berdasarkan tinjauan diatas maka hipotesis yang akan diuji dalam penelitian adalah :

H₂ : *Fulfillment* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pengguna layanan jasa *online reservation ticket* PT Kereta Api Indonesia.

Hubungan Antara *System Availability* dengan Kepuasan Pelanggan

Parasuraman et al (2005), dalam jurnal *Measurement of E-Service Quality: An Empirical Study On Electronic Railway Ticket Reservation Website Service* (Jain dan Kumar, 2011:25) mengemukakan *system availability* merupakan salah satu dimensi dari kualitas pelayanan elektronik yang meliputi Fungsionalitas teknik situs bersangkutan yang berfungsi sebagaimana mestinya.

Hubungan antara *system availability* dengan kepuasan pelanggan adalah *system availability* merupakan salah satu dimensi dari kualitas pelayanan elektronik. Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan (Tjiptono, 2004:54). Dengan memperhatikan variabel *system availability* akan meningkatkan kemudahan konsumen untuk memperoleh produk yang diinginkan, sehingga akan

meningkatkan kepuasan pelanggan. Didukung oleh penelitian terdahulu oleh Wibhawani (2012) yang menyatakan bahwa dari hasil tanggapan responden, variabel *system availability* memiliki presentase sebesar 77,89% di dalam nilai harapan pelanggan. Meskipun berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen, di dalam sub-variabel ini kepuasan pelanggan pada fungsionalitas teknik situs tiket elektronik Garuda Indonesia masih dirasa kurang berfungsi sebagaimana mestinya. Berdasarkan tinjauan diatas maka hipotesis yang akan diuji dalam penelitian adalah :

H₃ : *System Availability* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pengguna layanan jasa *online reservation ticket* PT Kereta Api Indonesia.

Hubungan Antara *privacy* dengan Kepuasan Pelanggan

Parasuraman et al (2005), dalam jurnal *Measurement of E-Service Quality: An Empirical Study On Electronic Railway Ticket Reservation Website Service* (Jain dan Kumar, 2011:25) mengemukakan *privacy* merupakan salah satu dimensi dari kualitas pelayanan elektronik yang meliputi Jaminan dan kemampuan perusahaan dalam menjaga integritas data dari pelanggan.

Hubungan antara *privacy* dengan kepuasan pelanggan adalah *privacy* merupakan salah satu dimensi dari kualitas pelayanan elektronik. Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan (Tjiptono, 2004:54). Dengan memperhatikan variabel *privacy* akan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap kualitas pelayanan, sehingga akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Didukung oleh penelitian terdahulu oleh Wibhawani (2012) yang menyatakan bahwa dari hasil tanggapan responden, variabel *privacy* memiliki presentase sebesar 76,3% di dalam nilai harapan pelanggan. Berdasarkan tinjauan diatas maka hipotesis yang akan diuji dalam penelitian adalah :

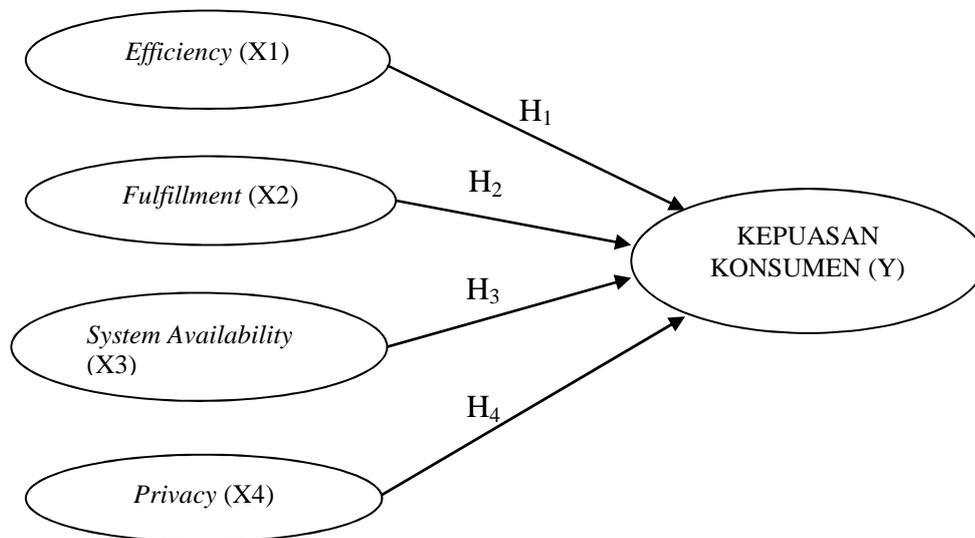
H₄ : *Privacy* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan

pengguna layanan jasa *online reservation ticket* PT Kereta Api Indonesia.

Berdasarkan tinjauan pustaka, hipotesis dan untuk memudahkan suatu penelitian maka perlu dibuat suatu kerangka pikir penelitian. Berikut ini dikemukakan kerangka pemikiran. Model kualitas

pelayanan elektronik yang digunakan, diadopsi dari penelitian yang dilakukan Jain dan Kumar yang berjudul *Measurement Of E-Service Quality: An Empirical Study On Online Railway Ticket Reservation Website Service (2011)*. Model ini digunakan karena konteks penelitian yang digunakan Jain dan Kumar merupakan *Ticket Reservation Website Service*.

Gambar 1
Kerangka Pemikiran Teoritis



Sumber : Jain and Kumar (2011), Parasuraman et al (2005), Wibhawani (2012) yang dikembangkan dalam penelitian ini.

METODE PENELITIAN

Variabel independen dalam penelitian ini adalah : *efficiency (X1)* dengan indikatornya yaitu (a) Kemampuan pelanggan mengakses ke *website*, (b) Tingkat kemudahan menemukan informasi pemberitahuan di situs PT Kereta Api Indonesia, (c) Tingkat kecepatan proses untuk meninggalkan situs / *log out* ; *fulfillment(X2)* dengan indikator (a) Tingkat kinerja situs pada penggunaan pertama, (b) Tingkat kecepatan konfirmasi layanan, (c) Ketersediaan stock produk ; *system availability (X3)* dengan indikator (a) Situs *website* berfungsi dengan baik, (b) Tingkat kemudahan mengoperasikan situs, (c) Tingkat permasalahan gangguan jaringan ; *privacy (X4)* dengan indikator (a) Tingkat keandalan untuk tidak menyalahgunakan informasi, (b) Tingkat keamanan saat proses penggunaan layanan berlangsung, (c) Tingkat

keamanan finansial. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen dengan indikator (a) Tingkat kesesuaian layanan *online reservation ticket* dengan kebutuhan, (b) Tingkat kesesuaian layanan *online reservation ticket* dengan harapan, (c) Tingkat kesediaan pelanggan merekomendasikan layanan *online reservation ticket* kepada orang lain, (d) Tingkat keinginan untuk tetap menggunakan layanan *online reservation ticket*.

Populasi

populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek / subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini, populasi yang diteliti adalah pelanggan yang melakukan transaksi menggunakan layanan *online reservation ticket* dalam pemesanan tiket kereta api.

Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Purposive Sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu. Alasan menggunakan teknik ini adalah jumlah populasi yang tidak diketahui secara pasti. Dengan cara ini hanya pengguna layanan *online reservation ticket* PT Kereta Api Daop 4 Semarang yang telah berumur minimal 17 tahun dan telah menggunakan layanan *online reservation ticket* lebih dari 1 kali yang dapat dijadikan sampel. Sehingga tidak semua populasi memperoleh peluang yang sama untuk dijadikan sampel dalam penelitian ini. Untuk menentukan ukuran sampel penelitian, digunakan rumus 25 kali variabel bebas (Ferdinand. 2006), maka akan didapat hasil sebagai berikut:

25×4 (jumlah variabel bebas) = 100 sampel

Metode Analisis Data

1. Uji Validitas dan Realibilitas

a) Uji Validitas

Menurut Ghozali (2006), uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

b) Uji Realibilitas

Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan variabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

2. Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak.

b) Uji Multikolinearitas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Hasil yang diharapkan dalam pengujian

adalah tidak terjadinya korelasi antar variabel independen.

c) Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji seperti apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah homokedastisitas.

3. Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan oleh peneliti, jika peneliti bermaksud meramalkan keadaan (naik turunnya) variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor predictor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi analisis regresi berganda diterapkan jika jumlah variabel independennya minimal dua.

4. Pengujian Hipotesis

Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat maka dilakukan pengujian terhadap hipotesis yang akan diajukan pada penelitian ini. Metode pengujian terhadap hipotesis dilakukan secara individual dan secara bersamaan. (i) Uji t menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. (ii) Uji statistik F menunjukkan apakah semua variabel yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Ghozali, 2006).

5. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2006).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Pengujian Validitas

Berdasarkan hasil dari pengujian data, maka dapat disimpulkan bahwa semua item indikator tersebut dinyatakan valid, karena nilai r hitung lebih besar daripada nilai r tabel ($r_{hitung} > r_{tabel}$) yaitu lebih besar dari 0,197.

Hasil Pengujian Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas Alpha juga menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai koefisien Alpha yang cukup besar yaitu di atas 0,60 sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukur masing-masing variabel dari kuesioner adalah reliabel.

Uji Normalitas

Pada grafik *normal probability plot of regresison standardized* menunjukkan pola grafik yang normal. Hal ini terlihat dari titik-titik yang menyebar di sekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti garis diagonal. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi layak dipakai karena memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolonieritas

Berdasarkan hasil pengujian multikolonieritas menunjukkan bahwa seluruh variabel independen memiliki nilai VIF lebih kecil dari 10, sehingga dapat

disimpulkan bahwa data bebas dari masalah multikolonieritas.

Uji Heterokedastisitas

Ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dideteksi dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplots* antara SRESID dan ZPRED, di mana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi dan sumbu X adalah residual ($Y_{prediksi} - Y_{sesungguhnya}$) yang telah di-*studentized*. Kriteria yang digunakan adalah jika terdapat pola tertentu seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas. Sebaliknya, jika tidak terdapat pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Dan, berdasarkan hasil pengujian data terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

Hasil Analisis Regresi

Dari hasil analisis regresi dapat ditulis persamaan regresi dalam bentuk *standardized coefficient* sebagai berikut :

Tabel 1
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1. (Constant)	4,248	1,842		2.306	.023
Efficiency	.331	.064	.400	5.130	.000
Fulfilment	.369	.090	.346	4.115	.000
System Availability	.246	.079	.242	3.129	.002
Privacy	.083	.057	.106	1.464	.146

Sumber: Data primer yang diolah, 2013

Dari hasil perhitungan tabel 1 tersebut dapat ditampilkan persamaan regresi sebagai berikut ini :

$$Y = 0,400 X1 + 0,346 X2 + 0,242 X3 + 0,106 X4$$

Persamaan regresi linear berganda tersebut menunjukkan semua variabel independent yang terdiri dari *Efficiency*, *Fulfilment*, *System Availability*, *Privacy* memiliki koefisien dengan arah koefisien positif. Dari persamaan regresi berganda tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Nilai koefisien regresi *Efficiency* sebesar 0,400 hal ini menunjukkan *Efficiency* (efisiensi) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan artinya jika *efficiency* yang dirasakan pengguna *online reservation ticket* Kereta Api Indonesia baik, maka kepuasan pelanggan akan meningkat.
- b. Nilai koefisien regresi *Fulfilment* sebesar 0,346 hal ini menunjukkan *Fulfilment* (kebutuhan) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan artinya jika *Fulfillmnet* yang dirasakan pengguna *online reservation ticket* Kereta Api Indonesia baik. Maka kepuasan pelanggan akan meningkat.
- c. Nilai koefisien regresi *system availability* sebesar 0,242 hal ini menunjukkan *system availability* (ketersediaan sistem) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan artinya jika *system availability* yang dirasakam pengguna *online reservation ticket* Kereta Api Indonesia baik, maka kepuasan pelanggan akan meningkat.
- d. Nilai koefisien regresi *Privacy* sebesar 0,106 hal ini menunjukkan *privacy* (keamanan) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan artinya jika *Privacy* yang dirasakan pengunjung *online reservation ticket* terjamin, maka kepuasan pelanggan PT Kereta Api Indonesia akan meningkat.

Uji t

1. Pengujian variabel *Efficiency* diperoleh nilai t sebesar 5.130 dengan tingkat signifikansi 0,000. Karena nilai signifikansi $0.000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian variabel *Efficiency* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini berarti H_1 diterima.
2. Pengujian variabel *Fulfilment* diperoleh nilai t sebesar 4.115 dengan tingkat signifikansi 0.000. Karena nilai signifikansi $0.000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian variabel *Fulfilment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini berarti H_2 diterima.
3. Pengujian variabel *system availability* diperoleh nilai t sebesar 3.129 dengan tingkat signifikansi 0.002. Karena nilai signifikansi $0.002 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian variabel *system availability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini berarti H_3 diterima.
4. Pengujian variabel *Privacy* diperoleh nilai t sebesar 1.464 dengan tingkat signifikansi 0.146. Karena nilai signifikansi $0.146 > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Dengan demikian variabel *Privacy* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini berarti H_4 ditolak.

Uji F

Tabel 2
Hasil Uji F
ANOVA^b

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig
-------	----------------	----	-------------	---	-----

1	Regression	1127.759	4	281.940	28.317	.000 ^a
	Residual	945.881	95	9.957		
	Total	2073.640	99			

Sumber: Data primer yang diolah, 2013

Berdasarkan hasil uji F Tabel 2 didapatkan F_{hitung} sebesar 28.317 dengan tingkat signifikansi 0,000 Nilai signifikasni lebih kecil dari 0,05 maka Variabel-variabel bebas yaitu *efficiency*, *fulfillment*, *system*

availability dan *privacy* mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya yaitu kepuasan pelanggan.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 3
Hasil Uji Determinasi
Model Summary b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std.Error of the Estimate
1	.737 ^a	.544	.525	3.15541

a. Predictors: (Constant), *Efficiency*, *Fulfilment* ,*System Availability* ,*Privacy*

b. Dependent Variable : Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data primer yang diolah.

Hasil analisis dari tabel 3 menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R Square* adalah sebesar 0,525 Sehingga dapat disimpulkan bahwa kemampuan seluruh variabel independen yang terdiri dari 4 variabel (*Efficiency*, *Fulfilment*, *System Availability*, *Privacy*) untuk menjelaskan variasi pada variabel dependen adalah sebesar 52,5 % dan selebihnya dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam model regresi yang diperoleh.

KESIMPULAN

Latar belakang penelitian ini, masih banyaknya penumpukan jumlah calon penumpang di loket pembelian tiket kereta api di stasiun pemberangkatan , hal ini menunjukkan kurangnya minat dalam penggunaan layanan *Online Reservation Ticket*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan memberikan bukti empiris mengenai pengaruh empat variable dari kualitas pelayanan elektronik yaitu *efficiency* (X1), *fulfillment* (X2), *system availability* (X3), dan *privacy* (X4) terhadap kepuasan pelanggan pengguna layanan

Online Reservation Ticket PT Kereta Api Indonesia Daop 4 Semarang. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa tiga variabel dari kualitas pelayanan elektronik yaitu *efficiency*, *fulfillment*, dan *system availability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, Sedangkan variabel *privacy* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga *privacy* tidak bisa menjamin dan mampu dalam menjaga integritas pelanggan. Variabel dari dimensi kualitas pelayanan elektronik yang memberikan pengaruh paling besar terhadap kepuasan pelanggan adalah variabel *efficiency*.

Keterkaitan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu kesamaan menggunakan objek di bidang tiket elektronik jasa transportasi, yaitu PT Garuda Indonesia dan jasa kereta api *Indian Railways* di India. Namun penelitian ini memiliki hasil penelitian yang berbeda dengan penelitian sebelumnya, di dalam penelitian ini tidak semua variabel

berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. variabel *privacy* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Masih ada beberapa keterbatasan yang seharusnya menjadi perhatian oleh para peneliti mendatang. Beberapa keterbatasan tersebut adalah Penelitian ini mengambil objek penelitian yaitu PT. Kereta Api Indonesia DAOP 4 Semarang, demikian kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini tentunya belum memungkinkan untuk dijadikan kesimpulan yang berlaku umum jika diterapkan pada objek lain di luar objek penelitian ini. Pada waktu menyebar kuesioner, sebagian besar responden belum memahami cara mengisi. Sehingga perlu mengajari karena dari 100 kuesioner yang disebar ada yang tidak lengkap mengisinya.

Berdasarkan hasil penelitian, nilai koefisien regresi *efficiency* adalah yang tertinggi, karena berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan maka PT Kereta Api Indonesia harus berusaha meningkatkan *efficiency* agar kepuasan pelanggan meningkat. Untuk meningkatkan *efficiency* PT Kereta Api Indonesia Daop 4 Semarang dapat menyediakan *mobile application* untuk pengguna *smartphone* atau tablet. Guna mempermudah pelanggan dalam mengakses situs *online reservation ticket* PT Kereta Api Indonesia DAOP 4 Semarang dimana saja dan menjelaskan informasi pada situs

dengan lebih mendetail, agar segala informasi yang dibutuhkan pelanggan dapat terpenuhi. Penulis ingin mengajukan saran untuk penelitian selanjutnya dalam rangka pengembangan penelitian pada topik yang sama, sebaiknya penelitian dilanjutkan dengan meneliti hubungan sebab akibat antara kualitas pelayanan elektronik, kepuasan, dan loyalitas pengguna layanan *online reservation ticket*. Dari hasil penelitian tersebut akan diperoleh variabel mana yang memiliki prioritas untuk dievaluasi segera dengan tingkat kepentingan yang tinggi sehingga permasalahan utama dapat segera diselesaikan dan sebaiknya penelitian lanjutan dilakukan tidak hanya bagi pengguna tapi juga bagi yang belum menggunakan layanan *online reservation ticket*, sehingga bisa diketahui kendala atau hambatan apa yang membuat konsumen belum menggunakan layanan *online reservation ticket* dan daya tarik apa yang membuat konsumen mau menggunakan layanan online reservation ticket. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan variabel-variabel lain untuk menilai situs tiket elektronik. Menggunakan teknik analisis yang berbeda, Sebaiknya menggunakan populasi lain dengan karakteristik responden yang berbeda dengan penelitian ini.

REFERENSI

- Ferdinand, Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, Jill. 2005. *Customer Loyalty*. Jakarta: Erlangga
- <http://www.kereta-api.co.id/>
- Jain, Pooja, MS., dan Kumar, Narender, DR. 2011. *Measurement Of E-Service Quality: An Empirical Study on Online Railway Ticket Reservation Website Service*. Sri Krishna International Research & Educational Consortium. Vol. 2, No. 1, 2011 pp, 22-38.
- Kotler, Armstrong 2008. *Principles of Marketing*. Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Kotler, Keller 2009. *Manajemen Pemasaran* Jilid 2 (13th ed.), Jakarta: PT. Indeks.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat
- Parasuraman, A, Valarie A. Zeithaml, Arvind Malhotra. 2005. *E-S-Qual (A Multiple-Item Scale for Assessing Electronic Service Quality)*. *Journal of Service Research*
- Wibhawani, Galuh Atika. 2012. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Tiket Elektronik Terhadap Kepuasan Pelanggan Garuda Indonesia 2012*.

[Http://batik.intelkom.ac.id/pustaka/16203/pengaruh-kualitas-pelayanan-tiket-elektronik-terhadap-kepuasan-pelanggan-garuda-indonesia-tahun-2012.html](http://batik.intelkom.ac.id/pustaka/16203/pengaruh-kualitas-pelayanan-tiket-elektronik-terhadap-kepuasan-pelanggan-garuda-indonesia-tahun-2012.html)
Zeithaml, Valarie A. Mary Jo Bitner and Dwayne D. Gremler. 2009. *Services Marketing 5th ed.*
McGraw Hill