ANALISIS EFEKTIVITAS PENERAPAN *MOBILE APPLICATION* KAI ACCESS DI PT KERETA API INDONESIA (PERSERO)

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat
untuk Memperoleh Gelar Sarjana Administrasi Bisnis
Program Studi S1 Administrasi Bisnis

Disusun Oleh :

Benny Agustian

3111171012

PROGRAM STUDI S1 ADMINISTRASI BISNIS

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS SANGGA BUANA YPKP

BANDUNG

2021

LEMBAR PENGESAHAN

ANALISIS EFEKTIVITAS PENERAPAN *MOBILE APPLICATION* KAI ACCESS DI PT KERETA API INDONESIA (PERSERO)

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat
untuk Memperoleh Gelar Sarjana Administrasi Bisnis
Program Studi S1 Administrasi Bisnis

Disusun Oleh :
Benny Agustian
3111171012

Menyetujui,

Ketua Program Studi,	Pembimbing,
M. Dadi Priadi, S.Sos., M.A.B.	Dr. Deni Nurdyana Hadimin, M.Si., CFrA.

Mengetahui,
Dekan FISIP

Drs, Tatang Sudrajat, S.IP., M.Si

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul :

"ANALISIS EFEKTIVITAS PENERAPAN *MOBILE APPLICATION* KAI ACCESS DI PT KERETA API INDONESIA (PERSERO)"

adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan kecuali melalui pengutipan sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku. Saya bersedia menanggung resiko atau sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila ditemukan pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam usulan penelitian.

Bandung, 23 Juli 2021

Yang membuat pernyataan,

Benny Agustian
NPM : 3111171012

LEMBAR MOTO DAN PERSEMBAHAN

Yohanes 16:33

Semuanya itu Kukatakan kepdamu, supaya kamu beroleh damai sejahtera dalam Aku. Dalam dunia kamu menderita penganiayaan, tetapi kuatkanlah hatimu, Aku telah mengalahkan dunia."

Mungkin kita sering merasa menderita penganiayaan dalam hidup kita. Kemudian kita kehilangan motivasi untuk hidup. Ayat Alkitab untuk motivasi hidup ini mengatakan bahwa Allah yang akan mengalahkan dunia. Ia yang akan berperang ganti kita sehingga seharusnya kita tetap kuat dan semangat menjalani kehidupan kita.

SELALU BERUSAHA MELAKUKAN APAPUN DENGAN HATI DAN NIAT YANG BAIK SUPAYA MENDAPATKAN BERKAT TUHAN

KUPERSEMBAHKAN SKRIPSI INI UNTUK :

Keluarga tercinta

Bapak Ardiman

Ibu Tati Sukaesih

Rizky Febi Ardiansyah

Esa Nirawan Tatar Setra

Raisa Nirawan Pertala Sakta

Trian Dewi Gumilar

Bapak Stevan William Pantouw, S.E.

Ibu Elisabeth Nazareth Warouw, S.Pd.

TEMAN-TEMANKU :

Program studi S1 Administrasi Bisnis Universitas Sangga Buana YPKP Bandung angkatan 2017,

Program studi Green Economy, Surya University angkatan 2013,

Seluruh teman yang telah membantu saya dalam dukungan semangat serta saran.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas izin-Nya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **"ANALISIS EFEKTIVITAS PENERAPAN *MOBILE APPLICATION* KAI ACCESS DI PT KERETA API INDONESIA PERSERO"** sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Administrasi Bisnis Program Studi S1 Administrasi Bisnis.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang turut terlibat dalam penyusunan skripsi ini.

1. Bapak Dr. H. Asep Effendi, SE., M.Si., PIA., CFrA., CRBC. Selaku Rektor Universitas Sangga Buana YPKP Bandung,
2. Bapak Tatang Sudrajat, Drs., S.IP., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sangga Buana YPKP Bandung,
3. Ibu Witri Cahyati, S.Sos., M.Si. selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sangga Buana YPKP Bandung,
4. Bapak M. Dadi Priadi, S.Sos., M.A.B. selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Sangga Buana YPKP Bandung,
5. Bapak Dr. Deni Nurdyana Hadimin, M.Si., CFrA selaku dosen pembimbing yang telah berkontribusi besar meluangkan waktu, pikiran dan perhatian untuk memberikan bimbingan, arahan dan saran bagi penulis dalam menyelesaikan usulan penelitian ini,
6. Seluruh dosen pengajar program studi S1 Administrasi Bisnis yang telah memberikan ilmu, wawasan, pemahaman serta pengalamannya selama penulis mengikuti studi di Universitas Sangga Buana YPKP Bandung,

7. Seluruh staff administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Sangga Buana YPKP Bandung atas kelancaran informasi dan dukungan administrasi selama mengikuti program pendidikan ini,
8. Bapak Muhammad Nauval Hidayantho selaku *Junior Manager Business Development* PT. Kereta Api Indonesia (Persero) yang telah bersedia menjadi narasumber dalam penelitian ini,
9. Bapak Aman Pardiansyah selaku *Manager Administration and Facility Training Center* dan Bapak Ramadhan Syaifullah selaku Pelaksana *Financial and General Affairs* Pusdiklat PT. Kereta Api Indonesia (Persero) yang telah memberikan izin untuk berjalannya penelitian ini.
10. Semua pihak yang penulis tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan maupun dukungan. Untuk segala kebaikan dan dukungan tersebut.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan, baik dalam teknik penulisan, struktur bahasa, ataupun substansi ilmiah. Untuk itu, penulis sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk perbaikan di masa mendatang. Penulis juga berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi diri penulis sendiri, dan umumnya bagi mahasiswa Universitas Sangga Buana YPKP Bandung.

Bandung, 23 Juli 2021

Hormat Saya,

Benny Agustian
NPM : 3111171012

ABSTRAK

Suatu perusahaan akan berupaya meningkatkan kualitas pelayanan untuk masyarakat. Salah satu perusahaan yang sudah mengembangkan beberapa inovasi yaitu PT. Kereta Api Indonesia (Persero) dengan menciptakan *mobile application* KAI Access, yaitu aplikasi yang digunakan untuk membeli tiket secara online tanpa harus mengantri di loket stasiun. Oleh karena itu tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui efektivitas penerapan *mobile application* KAI Access di PT. Kereta Api Indonesia (Persero) yang mengacu pada empat variabel evaluasi yaitu kualitas informasi, kualitas pelayanan, penggunaan dan kepuasan pengguna. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif bertujuan untuk mengetahui kualitas informasi, kualitas layanan, penggunaan dan kepuasan pengguna tanpa membuat suatu perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara dengan informan kunci dari PT. Kereta Api Indonesia (Persero), wawancara dengan lima orang pengguna dari aplikasi KAI Access serta kuesioner yang dilakukan dengan jumlah 42 responden sebagai data pendukung untuk penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa efektivitas penerapan *mobile application* KAI di PT. Kereta Api Indonesia (Persero) dapat dikatakan sangat efektif. Hal ini dapat dilihat dari hasil penelitian setiap variabel evaluasi, yaitu kualitas informasi yang sudah akurat , relevan dan lengkap, kualitas layanan yang sudah cepat tanggap dan empati, penggunaan yang sudah mudah untuk penggunaan sehari-hari, serta kepuasan pengguna yang efisien, efektiv dan puas.

Kata Kunci : Efektivitas, *Mobile Application* KAI Access

ABSTRACT

A company will try to improve the quality of service for the community. A company that has developed several innovations PT. Kereta Api Indonesia (Persero) by creating the KAI Access mobile application, which is an application that is used to buy tickets online without having to queue at the station counter. Therefore, the purpose of this research is to determine the effectiveness of the application of the KAI Access mobile application at PT. Kereta Api Indonesia (Persero) which refers to four evaluation variables, namely information quality, service quality, usage and user satisfaction. This research is a qualitative descriptive research which aims to determine the quality of information, service quality, usage and user satisfaction without making a comparison or linking with other variables. The data used in this research are interviews with key informants from PT. Kereta Api Indonesia (Persero), interviews with five users of the KAI Access application and a questionnaire conducted with a total of 42 respondents as supporting data for this research. The results showed that the effectiveness of the application of the KAI mobile application at PT. Kereta Api Indonesia (Persero) can be said to be very effective. This can be seen from the research results of each evaluation variable, namely the quality of information that is accurate, relevant and complete, the quality of service that is responsive and empathetic, easy use for daily use, and efficient, effective and satisfied user satisfaction. .

Keywords: Effectiveness, Mobile Application KAI Access

DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PERSETUJUAN ..... **i**
LEMBAR PERNYATAAN ..... **ii**
LEMBAR MOTO DAN PERSEMBAHAN ..... **iii**
KATA PENGANTAR ..... **iv**
ABSTRAK ..... **vi**
ABSTRACT ..... **vii**
DAFTAR ISI ..... **viii**
DAFTAR TABEL ..... **x**
DAFTAR GAMBAR ..... **xi**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xii**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 LatarBelakang 1
1.2 Fokus Penelitian 7
1.3 Rumusan Masalah 8
1.4 Tujuan Penelitian 8
1.5 Kegunaan Penelitian 8
1.6 Sistematika Penelitian 9
1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian 10
1.7.1 Lokasi Penelitian 10
1.7.2 Waktu Penelitian 10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA **12**
2.1 Rangkuman Teori 12
2.1.1 Teori Administrasi Bisnis 12
2.1.2 Teori Efektivitas 13
2.1.3 Teori Kepuasan Pelanggan 19
2.1.4 Teori Perilaku Konsumen 32
2.1.5 Teori Keputusan Pembelian 42
2.2 Penelitian Terdahulu 50
2.3 Kerangka Penelitian 55
BAB III METODELOGI PENELITIAN **57**
3.1 Pendekatan Penelitian 57
3.2 Subjek dan Objek Penelitian 58
3.3 Informan Kunci 58
3.4 Teknik Pengambilan Data 60
3.4.1 Studi Pustaka 60
3.4.2 Studi Lapangan 61
3.5 Teknik Analisis Data 62

3.6 Teknik Keabsahan Data 64
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 74
4.1. Objek Penelitian 74
4.2. Hasil Penelitian.....76
4.3. Pembahasan.....112
BAB V PENUTUP.....125
5.1 Simpulan 125
5.2 Rekomendasi 127
DAFTAR PUSTAKA 128
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1. 1 ERA PERKEMBANGAN KOMPUTERISASI 2
Tabel 1. 2 JADWAL PENELITIAN 11

Tabel 4. 1 KLASIFIKASI PERNYATAAN PENGGUNA.....111
Tabel 4. 2 SARAN-SARAN DARI PENGGUNA 123

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1. 1 Perbandingan Valuasi Ekonomi Digital Indonesia 2019 dan 2025..... 4
Gambar 1. 2 Tampilan Aplikasi KAI ACCESS di iOS..... 5
Gambar 1. 3 Tampilan Aplikasi KAI ACCESS di Android..... 5
Gambar 1. 4 Rating Aplikasi KAI ACCESS di AppStore..... 6
Gambar 1. 5 Rating Aplikasi KAI ACCESS di PlayStore..... 6

Gambar 2. 1 Konsep Kepuasan Pelanggan.....28
Gambar 2. 2 Mode Perilaku Konsumen menurut Assael.....33
Gambar 2. 3 Model Perilaku Konsumen menurut Kotler dan Keller.....35
Gambar 2. 4 Model Proses Keputusan Konsumen menurut Kotler.....47
Gambar 2. 5 Kerangka Penelitian.....56

Gambar 3. 1 Komponen Aanlisis Data : Kualitatif.....64

Gambar 4. 1 Grafik Usia.....89
Gambar 4. 2 Persebaran Kota/Kabupaten.....89
Gambar 4. 3 Persebaran Provinsi di Indonesia.....90
Gambar 4. 4 Jenis Pekerjaan.....91
Gambar 4. 5 Jenis Kelamin.....91
Gambar 4. 6 Pengguna Aplikasi KAI ACCESS.....92
Gambar 4. 7 Menggunakan Aplikasi KAI ACCESS.....93
Gambar 4. 8 Kemudahan Menggunakan Aplikasi.....94
Gambar 4. 9 Kebutuhan Ruang Memori.....95
Gambar 4. 10 Membantu Customer dalam Pemesanan Tiket.....95
Gambar 4. 11 Tampilan Aplikasi KAI ACCESS.....96
Gambar 4. 12 Pemahaman Informasi di Aplikasi KAI ACCESS.....97
Gambar 4. 13 Kejelasan Informasi dalam Aplikasi KAI ACCESS.....98
Gambar 4. 14 Kesesuaian Informasi.....98
Gambar 4. 15 Kesesuaian Informasi dengan Spesifikasi Aplikasi.....99
Gambar 4. 16 Pembaharuan Informasi.....100
Gambar 4. 17 Kemudahan Mendapatkan Informasi.....101
Gambar 4. 18 Fitur Layanan.....102
Gambar 4. 19 Proses Pemesanan Tiket Kereta Api.....103
Gambar 4. 20 Kemudahan Proses Pembatalan dan Claim.....104
Gambar 4. 21 Layanan Aplikasi KAI ACCESS.....104
Gambar 4. 22 Kendala Aplikasi Loading.....105
Gambar 4. 23 Kehandalan Aplikasi KAI ACCESS.....106
Gambar 4. 24 Kemudahan Pemesanan dan Penggunaan Tiket.....107
Gambar 4. 25 Proses Perubahan Data Informasi Diri.....107
Gambar 4. 26 Kesenangan Menggunakan Aplikasi.....108
Gambar 4. 27 Kepuasan Menggunakan Aplikasi.....109
Gambar 4. 28 Pilihan Utama Pemesanan Tiket Kereta.....110
Gambar 4. 29 Hal yang Disukai dari Aplikasi KAI ACCESS.....111

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Surat Permohonan Wawancara dari Kampus.

Lampiran 2 : Surat Pengantar Pelaksanaan Penelitian dari Balai Pusdiklat PT. Kereta Api Indonesia (Persero)

Lampiran 3 : Form Wawancara dengan Informan Kunci, bapak Muhammad Nauval Hidayantho.

Lampiran 4 : Form Wawancara dengan Informan Pendukung, ibu Rima Rachmawati.

Lampiran 5 : Form Wawancara dengan Informan Pendukung, bapak Giri Cahyo Hartono.

Lampiran 6 : Form Wawancara dengan Informan Pendukung, bapak Muhamad Chaerul Adha.

Lampiran 7 : Form Wawancara dengan Informan Pendukung, bapak Bayu Himawan.

Lampiran 8 : Form Wawancara dengan Informan Pendukung, ibu Resa Putri Rahayu.

Lampiran 9 : Tangkapan Layar Hasil Wawancara melalui *Zoom Meeting* dengan bapak Muhammad Nauval Hidayantho.

Lampiran 10 : Tangkapan Layar Hasil Wawancara melalui *Zoom Meeting* dengan ibu Rima Rachmawati.

Lampiran 11 : Tangkapan Layar Hasil Wawancara melalui *Zoom Meeting* dengan bapak Giri Cahyo Hartono.

Lampiran 12 : Tangkapan Layar Hasil Wawancara melalui *Zoom Meeting* dengan bapak Muhamad Chaerul Adha.

Lampiran 13 : Tangkapan Layar Hasil Wawancara melalui *Zoom Meeting* dengan bapak Bayu Himawan.

Lampiran 14 : Tangkapan Layar Hasil Wawancara melalui *Zoom Meeting* dengan ibu Resa Putri Rahayu.

Lampiran 15 : Form Pertanyaan Kuesioner.

BAB I
PENDAHULUAN

1.1 LatarBelakang

Bisnis adalah suatu kegiatan manusia yang bertujuan untuk menghasilkan keuntungan dengan memproduksi dan menjual suatu produk atau jasa. Konsep bisnis ialah ide fundamental yang ada dibalik sebuah bisnis, berdasarkan konsep tersebut seorang pengusaha dapat mengembangkan model bisnis, rencana bisnis serta visi dan misi dari sebuah bisnis.

Bisnis pada jaman sekarang telah mengalami perkembangan baik dalam teknologi pada proses produksi, sistem informasi dan pembayaran ataupun pemasaran. Bisnis pada jaman sekarang ada kaitannya dengan perkembangan industri yang dimana sering disinggung dengan istilah revolusi industri 4.0.

Bisnis digital tidak hanya terkait dengan penjualan produk tanpa wujud saja, seperti perangkat lunak (*software*) pada komputer. Bisnis digital juga tidak hanya membahas tentang produk fisik yang dikemas dengan bentuk digital contohnya seperti buku elektronik (*e-book*).

Semua jenis usaha yang menjual produknya secara *online,* baik menggunakan website ataupun aplikasi termasuk dalam ranah bisnis digital, contohnya seperti *e-commerce*.

Saat ini sedang memasuki masa digital yang mana internet dan layanan berbasis internet menjadi kebutuhan yang dominan. Perkembangan teknologi informasi saat ini tentu berawal dari kemajuan dibidang komputerisasi. Penggunaan komputer pada masa awal hanya sekedar untuk menulis, membuat grafik dan gambar serta alat menyimpan data, namun kini komputer dan internet telah memiliki manfaat yang berbeda.

Tabel 1. 1 ERA PERKEMBANGAN KOMPUTERISASI

Sumber : Kholil, Syukur (Ed), *Teori Komunikasi Massa.* 2011.

NO	Periode Era	Tahun	Arah Manfaat
1	Era Komputerisasi	1960-an	Pemakaian komputer untuk peningkatan efisiensi.
2	Era Teknologi Informasi	1970-an	Kegunaan *computer* bukan hanya untuk meningkatkan efisiensi, tetapi juga untuk mendukung terjadinya proses kerja yang lebih efektif.
3	Era Globalisasi Informasi	1980-an	Komputer sebagai media informasi.
4	Eras Sistem Informasi	1990-an	Komputer dilakukan untuk melakukan manajemen perubahan (*managementchange*)

Perkembangan teknologi sistem informasi dan berkembangan internet mendorong adanya revolusi industri 4.0 dimana semua sistem dijalankan dengan berbasis internet atau lebih dikenal dengan istilah *internet of things (IoT).*

Revolusi Industri 4.0 telah membawa perubahan signifikan terhadap berbagai sendi kehidupan manusia dengan nyata dapat mencermati bagaimana perubahan tersebut menjadi fenomena dahsyat yang yang tidak dapat dibendung, sepanjang tahun 2018 perusahaan-perusahaan dunia dan juga di Indonesia berlomba-lomba dalam melakukan inovasi untuk memenangkan persaingan pasar ditengah semakin ketatnya kompetisi.

Inovasi yang dilakukan diantaranya dilakukan dengan strategi transformasi digital, melakukan perubahan menyeluruh atas setiap proses, kompetensi, dan model bisnis dengan implementasi teknologi digital, sejalan dengan rekomendasi berbagai lembaga riset global yang menjadikan

transformasi digital sebagai pengarusutamaan organisasi dalam memenangkan persaingan global.

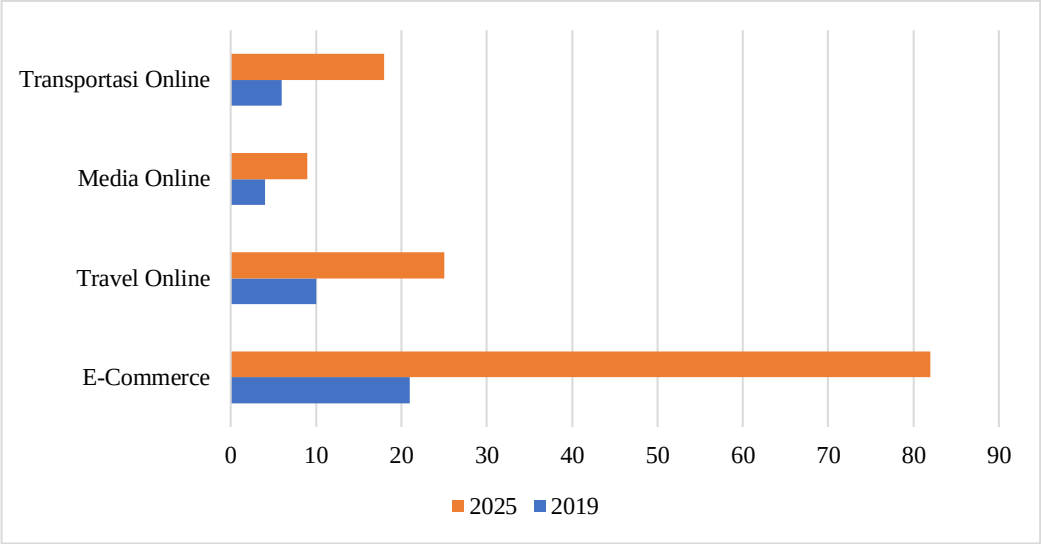
Indonesia sebagai negara dengan dengan jumlah penduduk mencapai 268 juta jiwa menunjukkan bahwa Indonesia memiliki pasar yang besar untuk sebuah bisnis dan usaha. **(Nasional.kompas.com, 2020)**

Di era modern, persaingan bisnis menjadi lebih beragam, bukan hanya untuk bisnis konvensional melainkan juga merambah pada bisnis berbasis teknologi.

Berkembangnya bisnis berbasis teknologi diiringi dengan jumlah penduduk dan pengguna internet di Indonesia yang mencapai 215 juta pengguna menjadikan Indonesia sebagai negara dengan nilai valuasi ekonomi digital terbesar di Asia Tenggara dengan total valuasi sebesar US$130 juta pada tahun 2019, bahkan pemerintah menargetkan valuasi ekonomi digital Indonesia mencapai US$150 juta pada tahun 2025 **(Kompas.com, Pertiwi, 2019)**.

Data lain yang disajikan dalam laman katadata.com menunjukkan angka yang lebih atraktif dimana potensi ekonomi digital Indonesia tahun 2025 akan berkembang dua kali lipat dari valuasi tahun 2019.

Pada sektor *E-commerce* atau perdagangan *online* valuasi ekonominya diperkirakan akan mencapai US$82 juta pada tahun 2025 dimana pada tahun 2019 hanya sebesar US$21 juta. Di sisi lain, sektor travel *online* akan tumbuh US$15 juta dari US$10 juta pada tahun 2019 menjadi US$25 juta pada tahun 2025, serta pada sektor transportasi *online* akan tumbuh US$12 juta dari US$6 juta pada tahun 2019 menjadi US$18 juta pada tahun 2025. **(katadata.com, 2019)**



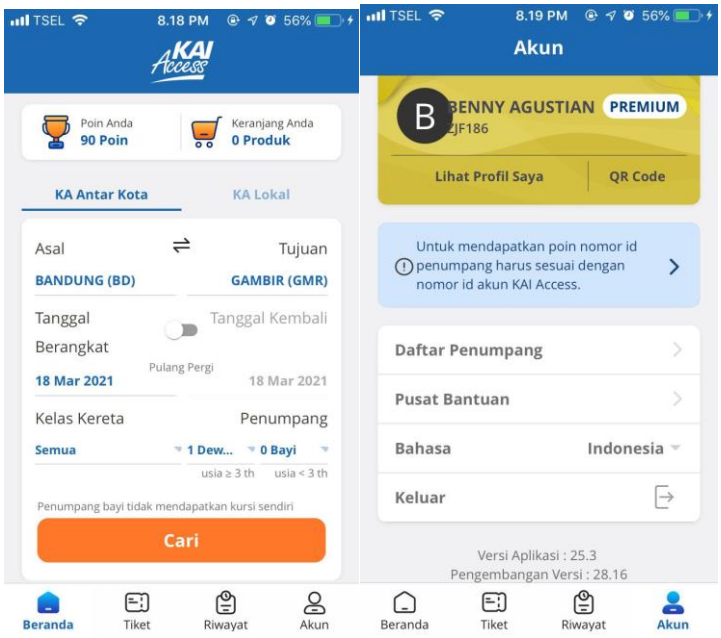
Gambar 1. 1 Perbandingan Valuasi Ekonomi Digital Indonesia 2019 dan 2025

Sumber : Katadata.co.id

Atas dasar potensi ekonomi digital yang terus berkembang ini, banyak perusahaan yang mulai mengubah pola bisnisnya dari bisnis konvensional menjadi bisnis berbasis teknologi dan internet. Salah satunya adalah PT Kereta Api Indonesia (Persero)**.**

PT. Kereta Api Indonesia (Persero) merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN)yang membawahi jasa pelayanan transportasi kereta api. PT. Kereta Api Indonesia (Persero) melayani jasa angkutan kereta api penumpang dan barang.

Dalam upaya mempertahankan persaingan bisnis dan mendapatkan lebih banyak pelanggan, PT Kereta ApiIndonesia (Persero) meluncurkan produk aplikasi untuk pemesanan dan pembelian tiket yaitu aplikasi KAI Access sebagai salah satu motivasi PT Kereta Api Indonesia (Persero) untuk memudahkan para pelanggan melakukan pemesanan tiket perjalanan kereta api.

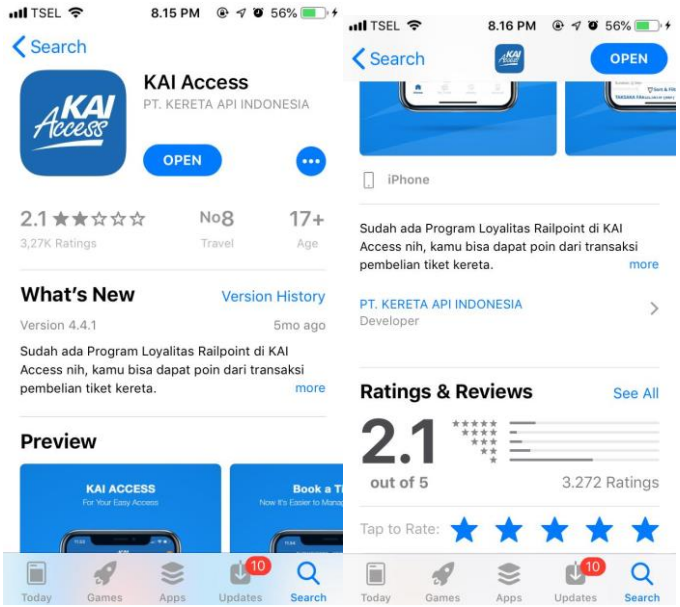


Gambar 1. 2 Tampilan Aplikasi KAI ACCESS di iOS

Sumber : AppStore (18 Maret 2021)

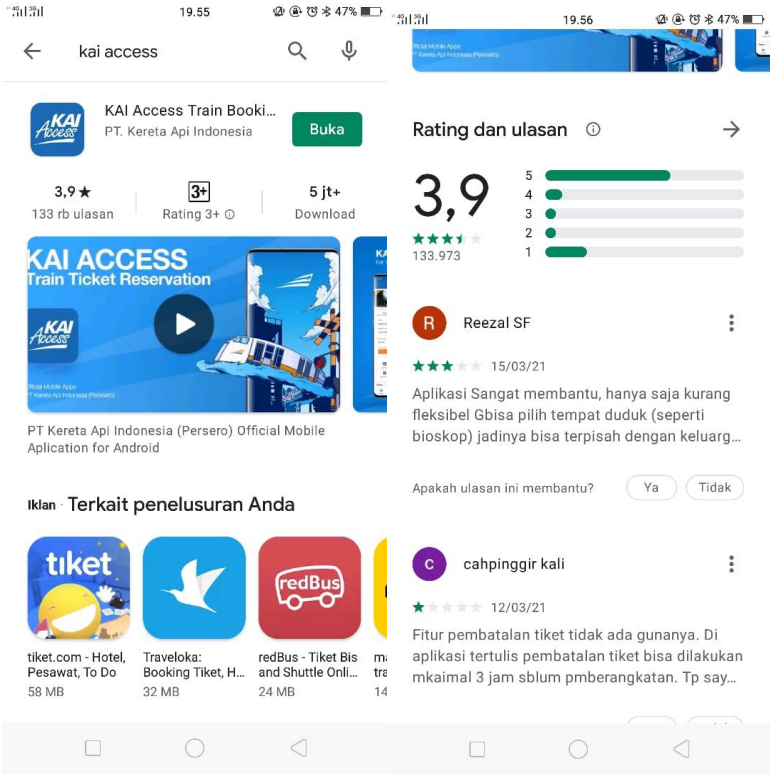
Gambar 1. 3 Tampilan Aplikasi KAI ACCESS di Android

Sumber : PlayStore (18 Maret 2021)



Gambar 1. 4 Rating Aplikasi KAI ACCESS di AppStore

Sumber : AppStore (18 Maret 2021)



Gambar 1. 5 Rating Aplikasi KAI ACCESS di PlayStore

Sumber : PlayStore (18 Maret 2021)

Saat ini aplikasi KAI Access pertanggal 18 Maret 2021 memiliki *rating* 3,9/5 di Google PlayStore Android dan *rating* 2,1/5 di AppStore iOS . Hal ini menunjukkan perlu adanya hal yang masih perlu diperbaiki untuk mendapatkan *rating* yang lebih tinggi sebagai bagian dari penilaian konsumen terhadap aplikasi KAI Access. Oleh karena itu, peneliti bermaksud melakukan penelitian untuk menilai sejauh mana aplikasi KAI Access memberikan efektivitas kepada pelanggan.

1.2 Fokus Penelitian

Fokus penelitian dalam sebuah penelitian ilmiah bermanfaat untuk memberikan batasan mengenai objek penelitian yang akan dibahas. Hal ini dimaksudkan agar penelitian lebih terarah dan fokus pada topik yang dibahas sehingga mendapatkan hasil yang lebih maksimal.

Pada penelitian ini, fokus penelitian yang diangkat sesuai dengan latar belakang penelitian adalah terkait efektivitas penggunaan *mobile application* KAI Access. Pada model William H. Delone & Emphraim R. McLean terdapat enam variabel evaluasi pada sistem informasi, yaitu :

a. Kualitas Sistem (*system quality)*
b. Kualitas Informasi (*information quality)*
c. Kualitas Layanan (*service quality)*
d. Penggunaan (*use)*
e. Kepuasan Pengguna (*user satisfaction)*
f. Manfaat Bersih (*net benefit).*

Namun dalam penelitian ini, peneliti hanya akan menggunakan empat variabel evaluasi dari system informasi dari model yang dikembangkan oleh Wiliam H. Delone & Emphraim R. McLean yaitu Kualitas Informasi

(*information quality*), Kualitas Layanan (*service quality*), Penggunaan (*use*) dan Kepuasan Pengguna (*user satisfaction*).

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan fokus penelitian yang telah dijelaskan, maka rumusan masalah penelitian yang ditetapkan sebagai berikut:

a Bagaimana kualitas informasi (*information quality*) dari *mobile application* KAI Access?

b Bagaimana kualitas layanan (*service quality*) dari *mobile application* KAI Access?

c Bagaimana penggunaan (*use*) dari *mobile application* KAI Access?

d Bagaimana kepuasan pengguna (*user satisfaction*) dari *mobile application* KAI Access?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dijelaskan, maka penelitian ini bertujuan :

a Untuk mengetahui kualitas informasi (*information quality*) dari *mobile application* KAI Access.

b Untuk mengetahui kualitas layanan (*service quality*) dari *mobile application* KAI Access.

c Untuk mengetahuipenggunaan (*use*) dari *mobile application* KAI Access.

d Untuk mengetahuikepuasan pengguna (*user satisfaction*) dari *mobile application* KAI Access.

1.5 Kegunaan Penelitian

Adapun hasil penelitian ini dapat digunakan dan memberikan manfaat ke beberapa pemangku kepentingan diantaranya :

a Kegunaan Teoritis

Penelitian ini dapat memberikan wawasan terkait kualitas informasi, kualitas layanan, penggunaan dan kepuasan pengguna pada sebuah mobile application yang bernama KAI Access yang diluncurkan oleh PT Kereta Api Indonesia (Persero), yang dimana bisa dikaitkan dengan mata kuliah *Digital Business* atau *Business Elektronik*, mata kuliah Pengantar Ilmu Administrasi Bisnis, mata kuliah Manajemen Pemasaran, mata kuliah Sistem Informasi Manajemen, mata kuliah Perilaku Konsumen, mata kuliah Peilaku Konsumen, mata kuliah Pemasaran Jasa, mata kuliah Merk dan Komunikasi Pemasaran serta mata kuliah Manajemen Kualitas dan Manajemen Hubungan Konsumen pada program studi Administrasi Bisnis. Selain itu hasil penelitian ini juga dapat menjadi referensi untuk pengembangan penelitian selanjutnya. Hasil penelitian ini juga dapat menjadi pendukung dari penelitian-penelitian sejenis di masa yang akan datang.

b Kegunaan Praktis

Hasil penelitian memberikan gambaran terkait kualitas informasi, kualitas layanan, penggunaan dan kepuasan pengguan yang diberikan dalam *moblie application* KAI Acces sehingga dapat menjadi masukan untuk praktisi PT KAI (Persero) dalam mengembangkan produk *mobile application* KAI Access.

1.6 Sistematika Penelitian

Sistematika untuk penelitian dengan metode/pendekatan kualitatif sebagai berikut :

a. BAB I PENDAHULUAN, terdiri dari latar belakang penelitian, fokus

penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, sistematika penulisan skripsi, lokasi dan waktu penelitian.

b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA terdiri dari rangkuman teori yang terdiri dari teori kepuasan pelanggan, teori efektivitas, teori perilaku konsumen, teori kepuasan pembelian serta juga hubungan kualitas layanan dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian, kajian/ penelitian terdahulu yang relevan, dan kerangka pemikiran.

c. BAB III METODE PENELITIAN, terdiri dari pendekatan penelitian, subjek dan objek penelitian, informan kunci, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan teknik keabsahan data.

1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

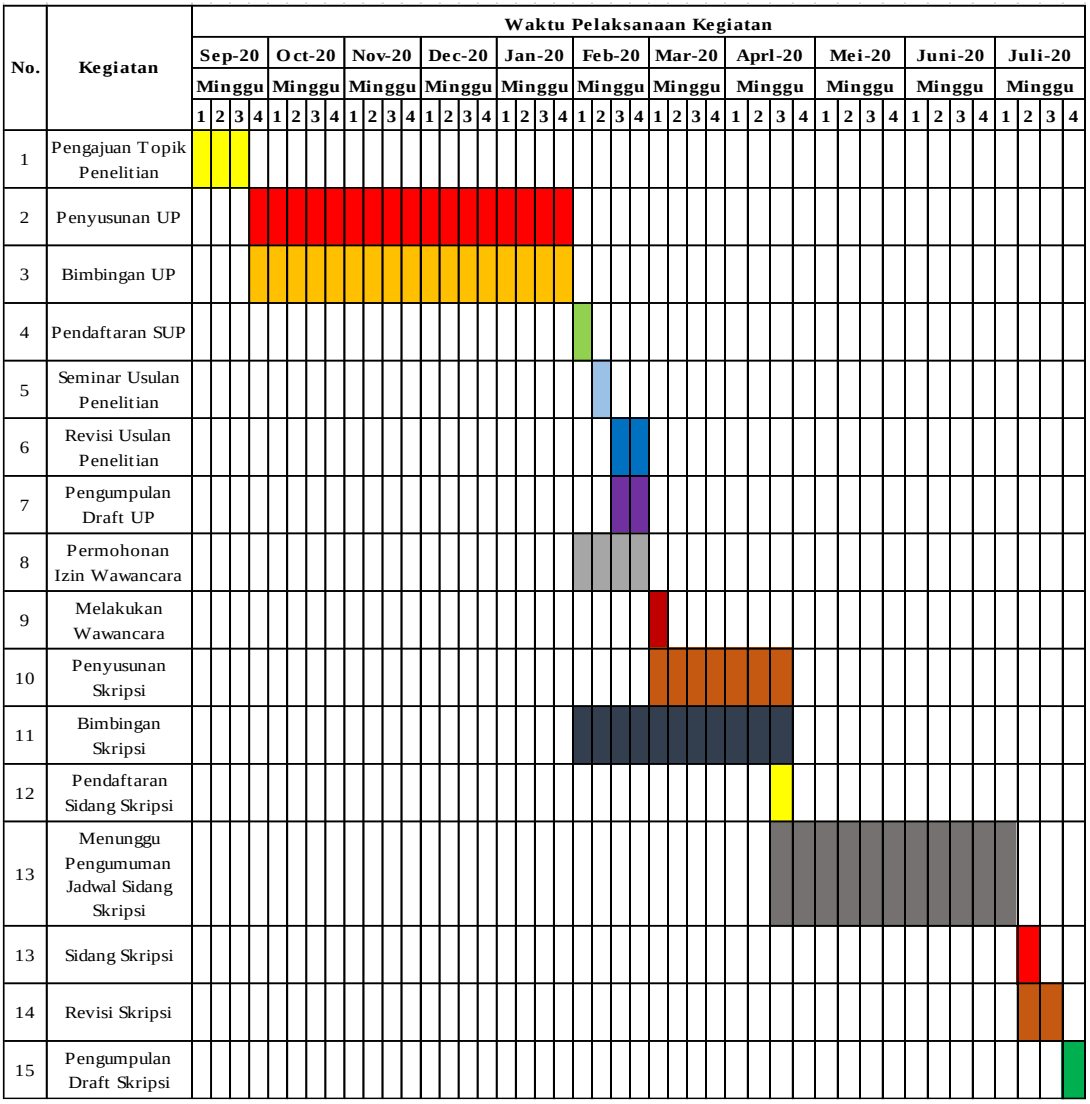
1.7.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan peneliti pada Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak dibidang jasa transportasi kereta api yaitu PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Kantor Pusat yang beralamat di Jalan perintis Kemerdekaan No.1 Babakan Ciamis, Kecamatan Sumur Bandung, Kota Bandung, Provinsi Jawa Barat 40111.

1.7.2 Waktu Penelitian

Adapun waktu diadakannya penelitian dilihat pada tabel 2 ini :

Tabel 1. 2 JADWAL PENELITIAN



Sumber : Diolah oleh peneliti

BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Rangkuman Teori

2.1.1 Teori Administrasi Bisnis

a) Pengertian Administrasi

Administrasi secara umum adalah keseluruhan orang atau kelompok orang sebagai suatu kesatuan menjalankan proses kegiatan-kegiatan untuk mencapai tujuan bersama.

Administrasi sebagai proses yaitu keseluruhan proses yang berupa kegiatan-kegiatan, pemikiran-pemikiran, pengaturan-pengaturan sejak dari penentuan tujuan samapai penyelangaraan sehingga tercapai suatu tujuan.

Para ahli berpendapat bahwa, menurut Sondang P. Siagian (2001:4) bahwa "Administrasi adalah keseluruhan proses kerjasama antara dua orang atau lebih yang didasarkan atas rasionalitas tertentu untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya".

Menurut Liang Gie dalam Ali Mufiz (2004:1.4) bahwa administrasi adalah suatu rangkaian kegiatan yang dilakukan oleh sekelompok orang dalam bentuk kerjasama untuk mencapai tujuan tertentu.

Berdasarkan uraian dan definisi tersebut maka dapat diartikan bahwa administrasi adalah seluruh kegiatan yang dilakukan melalui kerjasama dalam suatu organisasi berdasarkan rencana yang telah ditetapkan untuk mencapai tujuan.

b) Pengertian Administrasi Bisnis

Pengertian secara umum tentang administrasi bisnis adalah seluruh kegiatan yang berhubungan didalam suatu perusahaan dengan tujuan untuk mencapai laba yang ditargetkan oleh perusahaan tersebut.

"Administrasi Bisnis adalah keseluruhan kerja sama dalam memproduksi barang atau kerja sama dalam memproduksi barang atau jasa yang dibutuhkan dan diinginkan pelanggan hingga pada penyampaian barang atau jasa tersebut kepada pelanggan dengan memperoleh dan memberikan keuntungan secara seimbang, bertanggung jawab dan berkelanjutan". (Poerwanto, 2006:25)

Menurut Y.Wayong (2004:12) menyatakan bahwa "Administrasi Bisnis adalah keseluruhan kegiatan mulai dari produksi barang dan jasa sampai tibanya barang dan jasa tersebut ditangan konsumen".

2.1.2 Teori Efektivitas

a. Definisi Efektivitas

Kata efektif berasal dari bahasa inggris *effective* artinya berhasil, sesuatu yang dilakukan berhasil dengan baik. (Tika, 2014) Konsep efektivitas merupakan konsep yang luas, mencakup berbagai faktor di dalam maupun di luar organisasi. (Donni Juni, 2013)

Efektivitas merupakan hubungan antara *output* dengan tujuan. Semakin besar kontribusi *output* terhadap pencapaian tujuan, maka semakin efektif organisasi, program, atau kegiatan. (Mahmudi, 2015)

Efektivitas adalah kemampuan untuk memilih tujuan-tujuan

atau sasaran-sasaran yang tepat dan mencapainya. Karena itu efektivitas menunjuk pada kaitan antara *output* atau apa yang sudah dicapai atau hasil yang sesungguhnya dicapai dengan tujuan atau apa yang sudah ditetapkan dalam rencana atau hasil yang diharapkan.

Suatu organisasi dikatakan efektif jika *output* yang dihasilkan bisa memenuhi tujuan yang diharapkan. Dalam konteks mencapai tujuan, maka efektivitas berarti *doing the right things* atau mengerjakan pekerjaan yang benar.

Efektivitas menunjuk pada keberhasilan pencapaian sasaransasaran organisasional, sehingga efektivitas digambarkan sebagai satu ukuran apakah manajer mengerjakan pekerjaan yang benar. Efektivitas didefinisikan sebagai sejauh mana sebuah organisasi mewujudkan tujuan-tujuannya. Keefektifan organisasional adalah tentang *doing everything you know to do and doing it well*.

Pengertian efektivitas menurut Abdurahmat 2003: 92) Efektivitas adalah pemanfaatan sumber daya, sarana dan prasarana dalam jumlah tertentu yang secara sadar ditetapkan sebelumnya untuk menghasilkan sejumlah pekerjaan tepat pada waktunya.

Hal tersebut sesuai dengan pengertian efektivitas Sondang P. Siagian (2001: 24) Efektivitas adalah pemanfaatan sumber daya, sarana dan prasarana dalam jumlah tertentu yang secara sadar ditetapkan sebelumnya untuk menghasilkan sejumlah barang atas jasa kegiatan yang dijalankannya.

Menurut Gibson (2002) Efektivitas adalah pencapaian sasaran yang telah disepakati atas usaha bersama. “Efektivitas diartikan

sebagai kemampuan suatu unit untuk mencapai tujuan yang diinginkan".

Efektivitas tidak dapat disamakan dengan efisiensi. Karena keduanya memiliki arti yang berbeda, walaupun dalam berbagai penggunaan kata efisiensi lekat dengan kata efektivitas. Efisiensi mengandung pengertian perbandingan antara biaya dan hasil, sedangkan efektivitas secara langsung dihubungkan dengan pencapaian tujuan.

Atmosoeprapto (2002: 139) menyatakan, efektivitas adalah melakukan hal yang benar, sedangkan efisiensi adalah melakukan hal secara benar, atau efektivitas adalah sejauh mana kita mencapai sasaran dan efisiensi adalah bagaimana kita mencampur segala sumber daya secara cermat.

Beberapa definisi Atau pengertian "Efektivitas" Menurut Para Ahli:

1) Mahmudi (2010,143-166) Efektivitas adalah sejauh mana unit yang dikeluarkan mampu mencapai tujuan yang ditetapkan. Efektivitas digunakan untuk mengukur hubungan antara hasil pungutan suatu pajak dengan tujuan yang telah ditetapkan. Adapun rumus yang digunakan adalah sebagai :

$$Efektivitas = \frac{\text{realisasi } penerimaan\ pajak}{target\ penerimaan\ pajak} \times 100\%$$

2) Abdurahmat (2003: 92) Efektivitas adalah pemanfaatan sumber daya, sarana dan prasarana dalam jumlah tertentu yang secara sadar ditetapkan sebelum untuk menghasilkan sejumlah

pekerjaan tepat pada waktunya.

3) Arifin (2003: 25) menjelaskan bahwa pengertian efektivitas adalah: Efektivitas adalah suatu ukuran yang menyatakan seberapa jauh target (kuantitas, kualitas, waktu) telah tercapai.
4) Gibson (2002) Efektivitas adalah pencapaian sasaran yang telah disepakati atas usaha bersama.

b. Kriteria Efektivitas

Menurut M. Prawiro (dalam Maxmanroe.com, 2018) menjelaskan bahwa suatu kegiatan atau aktivitas dapat dikatakan efektif bila memenuhi beberapa kriteria tertentu.

Efektivitas sangat berhubungan dengan terlaksananya semua tugas pokok, tercapainya tujuan, ketepatan waktu, serta adanya usaha atau partisipasi aktif dari pelaksana tugas tersebut.

Secara umum, beberapa tolak ukur atau kriteria efektivitas adalah sebagai berikut:

1) **Efektivitas keseluruhan**, yaitu sejauh mana seseorang atau organisasi melaksanakan seluruh tugas pokoknya.
2) **Produktivitas**, yaitu kuantitas produk atau jasa pokok yang dihasilkan seseorang, kelompok, atau organisasi.
3) **Efisiensi**, yaitu ukuran keberhasilan suatu kegiatan yang dinilai berdasarkan besarnya sumber daya yang digunakan untuk mencapai hasil yang diinginkan.
4) **Laba**, yaitu keuntungan atas penanaman modal yang dipakai untuk menjalankan suatu kegiatan.
5) **Pertumbuhan**, yaitu Suatu perbandingan antara keadaan

organisasi sekarang dengan keadaan masa sebelumnya (tenaga kerja, fasilitas, harga, penjualan, laba, modal, market share, dan lainnya).

6) **Stabilitas**, yaitu pemeliharaan struktur, fungsi, dan sumberdaya sepanjang waktu, khususnya dalam masa-masa sulit.
7) **Semangat kerja**, yaitu kecenderungan seseorang berusaha lebih keras mencapai tujuan organisasi, misalnya perasaan terikat, kebersamaan tujuan, dan perasaan memiliki.
8) **Kepuasan kerja**, yaitu timbal-balik atau kompensasi positif yang dirasakan seseorang atas peranannya dalam organisasi.
9) **Penerimaan tujuan organisasi**, yaitu diterimanya tujuan-tujuan organisasi oleh setiap individu dan unit-unit di dalam suatu organisasi.
10) **Keterpaduan,** yaitu adanya komunikasi dan kerjasama yang baik antar anggota organisasi dalam mengkoordinasikan usaha kerja mereka.
11) **Keluwesan adaptasi**, yaitu kemampuan individu atau organisasi untuk menyesuaikan diri terhadap perubahan.
12) P**enilaian pihak luar**, yaitu penilaian terhadap individu atau organisasi dari pihak-pihak lain di suatu lingkungan yang berhubungan dengan individu atau organisasi tersebut.

c. Aspek-aspek Efektivitas

M. Prawiro (dalam Maxmanroe.com, 2018) juga mengatakan bahwa ada aspek-aspek efektivitas yang ingin dicapai dalam suatu

kegiatan. Mengacu pada pengertian efektivitas, berikut adalah beberapa aspek tersebut:

1) Aspek Peraturan/ Ketentuan

Peraturan dibuat untuk menjaga kelangsungan suatu kegiatan berjalan sesuai dengan rencana. Peraturan atau ketentuan merupakan sesuatu yang harus dilaksanakan agar suatu kegiatan dianggap sudah berjalan secara efektif.

2) Aspek Fungsi/ Tugas

Individu atau organisasi dapat dianggap efektif jika dapat melakukan tugas dan fungsinya dengan baik sesuai dengan ketentuan. Oleh karena itu setiap individu dalam organisasi harus mengetahui tugas dan fungsinya sehingga dapat melaksanaannya.

3) Aspek Rencana/ Program

Suatu kegiatan dapat dinilai efektif jika memiliki suatu rencana yang akan dilaksanakan untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai. Tanpa adanya rencana atau program, maka tujuan tidak mungkin dapat tercapai.

4) Aspek Tujuan/ Kondisi Ideal

Yang dimaksud dengan kondisi ideal atau tujuan adalah target yang ingin dicapai dari suatu kegiatan dengan berorientasi pada hasil dan proses yang direncanakan.

d. Definisi Efisien

Suatu proses yang dilakukan untuk mengukur dan membandingkan keluaran dan masukan. Atau mengukur

perbandingan antara *output* yang dihasilkan terhadap *input* yang digunakan. (Mahmudi, 2010:143-166).

Sedangkan pengertian efisiensi menurut Hasibuan dalam www.google.com (2009) adalah perbandingan yang terbaik antara *input* (masukan) dan *output* (hasil antara keuntungan dengan sumber yang dipergunakan), seperti halnya juga hasil optimal yang dicapai dengan penggunaan sumber yang terbatas.

Sedangkan pengertian efisiensi menurut Mahmudi (2010) proses yang dilakukan untuk mengukur dan membandingkan keluaran dan masukan. Atau mengukur perbandingan antara output yang dihasilkan terhadap input yang digunakan.

H. Emerson adalah Efisiensi adalah perbandingan yang terbaik antara *input* (masukan) dan *output* (hasil antara keuntungan dengan sumber-sumber yang dipergunakan), seperti halnya juga hasil optimal yang dicapai dengan penggunaan sumber yang terbatas.

Pengertian efisiensi menurut Mulyamah (2002: 3) yaitu: Efisiensi merupakan suatu ukuran dalam membandingkan rencana penggunaan masukan dengan penggunaan yang direalisasikan atau perkataan lain penggunaan yang sebenarnya.

2.1.3 Teori Kepuasan Pelanggan

a. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Menurut Lovelock dan Wirtz (2011:74) “Kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang

menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen.

Kepuasan konsumen dapat diciptakan melalui kualitas, pelayanan dan nilai. Kunci untuk menghasikan kesetian pelanggan adalah memberikan nilai pelanggan yang tinggi.

Menurut Kotler & Armstrong (2012:36), nilai pelanggan adalah perbandingan pelanggan antara semua keuntungan dan semua biaya yang harus dikeluarkan untuk menerima penawaran yang diberikan.

Jumlah biaya pelanggan adalah sekelompok biaya yang digunakan dalam menilai, mendapatkan dan menggunakan produk atau jasa. Karena kepuasan pelanggan sangat tergantung pada persepsi dan ekspektasi pelanggan, maka sebagai pemasok produk perlu mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhinya.

Menurut (Zeithaml 2003:162) terdapat empat faktor yang mempengaruhi persepsi dan ekspektasi pelanggan, yaitu sebagai berikut :

1) Apa yang telah didengar pelanggan dari pelanggan lainnya (*word of mouth communication*). Dimana hal ini merupakan faktor potensial yang menentukan ekspektasi pelanggan tersebut. Sebagai contoh, seorang pelanggan memiliki perusahaan yang diharapkan dapat memberikan pelayanan dengan kualitas tinggi berdasarkan rekomendasi dari temanteman atau tetangganya.
2) Ekspektasi pelanggan sangat bergantung dari karakteristik

individu dimana kebutuhan pribadi (*personnel needs*).

3) Pengalaman masa lalu (*past experience*) dalam menggunakan pelayanan dapat juga mempengaruhi tingkat ekspetasi pelanggan.
4) Komunikasi dengan pihak eksternal (*external communication*) dari pemberi layanan memainkan peranan kunci dalam membentuk ekspektasi pelanggan. Berdasarkan *External communication*, perusahaan pemberi layanan dapat memberikan pesan-pesan secara langsung maupun tidak langsung kepada pelanggannya. Sebagai contoh dari pengaruh adanya *external communication* adalah harga dimana biaya pelayanan sangat berperan penting dalam membentuk ekspektasi pelanggan.

Dengan demikian, kemungkinan antara ekspektasi pelanggan dan kualitas pelayanan (jasa) yang diterimanya adalah pelanggan menjadi senang jika kualitas pelayanan yang diterima lebih baik dari perkiraannya. Pelanggan menjadi biasa saja jika kualitas pelayanan yang terima sama dengan perkiraannya. Pelanggan menjadi kecewa jika kualitas pelayanan yang diterima lebih jelek dari perkiraannya.

Tse dan Wilton (1988) dalam Tjiptono (2012:311) kepuasan pelanggan merupakan respon pelanggan terhadap evaluasi persepsi atas perbedaan antara harapan awal sebelum pembelian (atau standar kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk sebagaimana dipersepsikan setelah memakai atau mengkonsumsi produk bersangkutan.

Kepuasan pelanggan bukanlah konsep absolut, melainkan

relatif atau tergantung pada apa yang diharapkan pelanggan. Operasionalisasi pengukuran kepuasan pelanggan bisa menggunakan sejumlah faktor, seperti ekspektasi, tingkat kepentingan (*importance*), kinerja, dan faktor ideal (Tjiptono & Chandra, 2007:137).

Memuaskan kebutuhan pelanggan adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan pelanggan dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan.

Pelanggan yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali dikemudian hari.

Hal ini berarti kepuasan merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan perusahaan.

Tjiptono (2008:225) mengungkapkan bahwa dalam mengevaluasi kepuasan terhadap produk, jasa, atau perusahaan tertentu, pelanggan umumnya mengacu pada berbagai faktor atau dimensi.

Faktor yang sering digunakan dalam mengevaluasi kepuasan terhadap suatu produk antara lain meliputi:

1) Kinerja (*performance*) karakteristik operasi pokok dari produk inti (*core product*) yang dibeli, misalnya kecepatan, konsumen bahan bakar, jumlah penumpang yang dapat diangkut, kemudahan dan kenyamanan dalam mengemudi, dan sebagainya.

2) Ciri – ciri keistimewaan tambah (*features*) yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap.
3) Keandalan (*reliability*) yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal dipakai.
4) Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specifications*) yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar – standar yang telah ditetapkan sebelumnya.
5) Daya tahan (*durability*) berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan. Dimensi ini mencakup umur teknis maupun umur ekonomis penggunaan.
6) *Serviceability*, meliputi kecepatan, kompetensi, kenyaman, mudah diperbaiki serta penanganan keluhan yang memuaskan. Pelayanan yang diberikan tidak hanya sebatas sebelum penjualan, tetapi juga selama proses penjualan hingga purna jual, yang mencakup pelayanan reparasi dan ketersediaan komponen yang dibutuhkan.
7) Estetika, yaitu daya tarik produk terhadap panca indera, misalnya bentuk fisik yang menarik, model/ desain, warna, dan sebagainya.
8) Kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*), yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya.

b. Konsep Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang

berlanjut. Faktor yang paling penting untuk menciptakan kepuasan konsumen adalah kinerja dan kualitas dari layanan yang diberikan oleh organisasi. (Darmawansyah, 2013)

Kualitas berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan dorongan khusus bagi para pelanggan untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan persahaan. Ikatan emosional semacam ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan dan kebutuhan spesifik pelanggan. Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dan harapan pelanggan adalah sebagai berikut:

1) Kebutuhan dan keinginan yang berkaitan dengan hal-hal yang dirasakan pelanggan ketika pelanggan sedang mencoba melakukan transaksi dengan produsen atau pemasok produk (perusahaan). Jika pada saat itu kebutuhan dan keinginannya besar, harapan atau ekspektasi pelanggan akan tinggi, demikian pula sebaliknya.
2) Pengalaman masa lalu ketika mengkonsumsi produk dari perusahaan maupun pesaing-pesaingnya.
3) Pengalaman dari teman-teman, dimana mereka akan menceritakan kualitas produk yang akan dibeli oleh pelanggan itu. Hal ini jelas mempengaruhi persepsi pelanggan terutama pada produk-produk yang dirasakan berisiko tinggi.
4) Komunikasi melalui iklan dan pemasaran juga mempengaruhi persepsi pelanggan. Orang-orang di bagian penjualan dan periklanan sebaiknya tidak membuat kampanye yang

berlebihan melewati tingkat ekspetasi pelanggan.

Wilkie (dalam Tjiptono,1995) mendefinisikan bahwa tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Dalam konteks kepuasan pelanggan umumnya harapan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya.

Tingkat kepuasan yang diperoleh para pelanggan sangat berkaitan erat dengan standar kualitas barang/ jasa yang mereka nikmati. Sifat kepuasan bersifat subjektif, namun dapat diukur melalui indeks kepuasan pelanggan masyarakat.

Kepuasan pelanggan dibangun atas dasar beberapa prinsip yang digunakan untuk menilai suatu organisasi dalam memberikan pelayanan : *tangibles* (bukti nyata), *realibility* (terpercaya, tahan uji), *responsiveness* (respon, cepat tanggap), *assurance* (kepastian), dan *empathy* (empati). (Uinversitas Brawijaya, 2014)

Pelayanan yang baik terhadap konsumen merupakan salah satu bentuk tanggung jawab perusahaan. Namun, tidak sedikit dari perusahaan yang belum memberikan pelayanan yang baik terhadap konsumennya. Hal ini tentu disebabkan oleh beberapa hal, seperti :

1) Tidak mengetahui apa yang diharapkan konsumen. Hal ini dapat disebabkan karena perusahaan kurang dalam melakukan riset pelanggan. Sehingga perusahaan tidak mengetahui apa yang sebenarnya para konsumen harapkan.
2) Kurangnya saran dari para konsumen Terkadang konsumen juga hanya mementingkan kepentingannya dengan

menginginkan pelayanan yang baik namun tidak memberi saran kepada perusahaan mengenai apa yang diharuskan oleh perusahaan tersebut sehingga perusahaan tidak bisa memperbaiki pelayanannya kepada para konsumen.

3) Kurang fokus dalam membangun relasi dengan konsumen Hal ini bisa dikarenakan perusahaan hanya memikirkan untuk mencari pelanggan baru tanpa memperhatikan dan menjaga hubungan baik dengan pelanggan lamanya sehingga perusahaan hanya memprioritaskan pelanggan barunya saja.
4) Kurang memperhatikan terhadap standar pelayanan yang baik Karena terlalu mengarah kepada pencarian pelanggan baru, perusahaan terkadang sampai tidak memperhatikan bagaimana standar pelayanan yang baik yang seharusnya diberikan kepada pelanggannya.
5) Kurangnya sarana dan prasarana pendukung Kurangnya sarana dan prasarana pendukung dalam pelayanan terhadap konsumen ini membuat pelayanan menjadi terlihat biasa saja tanpa keunikan atau kesan tersendiri bagi konsumennya.

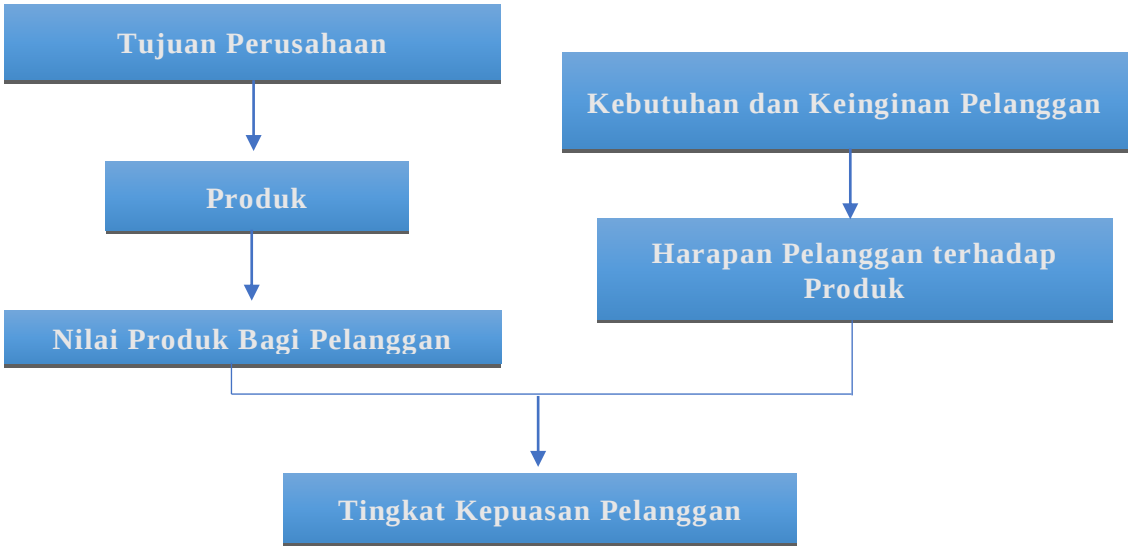
Itulah beberapa hal yang menyebabkan perusahaan kurang memberikan pelayanan yang baik terhadap konsumennya. Padahal sebenarnya hal-hal tersebut bisa diatasi apabila perusahaan lebih memperhatikan kebutuhan konsumennya.

Ada lima prinsip utama yang harus dijalankan agar *costumer* menjadi sangat puas (delight customer) atau setidaknya terpenuhi ekspektasinya.

1) Memahami *customer*. *Customer* adalah manusia yang harus dikelola keinginannya. Memahami *customer* merupakan langkah pertama yang terpenting. Apabila anda berhasil memahami kebutuhannya maka langkah selanjutnya akan merasa mudah dan membuat anda senang.
2) Membuat *customer* mengerti semua layanan perusahaan anda. *Customer* yang sudah datang ke perusahaan anda dipastikan telah memiliki kepercayaan dengan produk/layanan yang disediakan. Atau setidaknya mereka telah mendengar berita positif tentang perusahaan anda. Buatlah mereka mengetahui secara lengkap dan jelas mengenai semua produk/layanan yang perusahaan anda miliki. Jangan biarkan mereka pulang dengan informasi yang tidak lengkap atau bahkan salah persepsi.
3) Menciptakan kesan positif. Kesan positif yang terekam di benak customer anda akan selalu diingat. Hal sederhana yang bisa dilakukan misalnya adalah dengan memberikan senyum atau salam yang ramah, menjaga kebersihan, mau mendengar dan membantu mereka dengan tulus, serta cepat tanggap.
4) Senantiasa menggunakan kata positif. Kata-kata positif senantiasa dianggap *customer* sebagai kesan yang positif juga. Sebaiknya jangan perna menggunakan kata-kata negatif karena akan memberikan citra negatif untuk perusahaan anda. Jangan pernah menyalahkan mereka apalagi membuat marah. Hormati mereka sebagai pelanggan anda sehingga mereka merasa aman dan diperhatikan.

5) Mempertahankan yang sudah baik dan terus melakukan perbaikan. Apabila selama ini *customer* anda sudah merasa puas dengan produk/layanan yang ada maka perusahaan anda wajib mempertahankan. Buatlah sesuatu yang sudah baik menjadi standard baku dan ciptakan perbaikan terus menerus agar semakin menjadi baik (Saleh, 2010).

Konsep ini hampir pasti selalu hadir di buku teks standar yang mengupas strategi bisnis dan pemasaran. Slogan dan motto perusahaan juga menyinggungnya (Tjiptono, 2012:310). Secara konseptual kepuasan pelanggan dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 2. 1 Konsep Kepuasan Pelanggan

Sumber : Tjiptono (2006:58)

c. Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Ada beberapa metode yang dapat dipergunakan setiap perusahaan untuk mengukur dan memantau kepuasan pelanggannya dan pelanggan perusahaan pesaing. (Kotler 2002:42), mengemukakan empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu :

1) Sistem keluhan dan saran Sebuah perusahaan yang berfokus pada pelanggan mempermudah pelanggannya untuk memberikan saran, pendapat dan keluhan mereka. Media yang digunakan meliputi kotak saran yang di letakkan di tempat-tempat strategis, menyediakan kartu komentar, saluran telepon khusus dan sebagainya.

   Tetapi karena metode ini cenderung pasif, maka sulit mendapatkan gambaran lengkap mengenai kepuasan dan tidak kepuasan pelanggan. Tidak semua pelanggan yang tidak puas lantas akan menyampaikan keluhannya. Bisa saja mereka langsung beralih ke perusahaan lain dan tidak akan menjadi pelanggan perusahaan tersebut lagi.

2) Survei kepuasan pelanggan Umumnya banyak penelitian mengenai kepuasan pelanggan di lakukan dengan menggunakan metode survei baik melalui pos, telepon maupun wawancara pribadi. Pengukuran kepuasan pelanggan melalui metode ini dapat dilakukan dengan berbagai cara, diantaranya :

   a. *Directly Reported Satisfaction* Pengukuran dilakukan secara langsung melalui pertanyaan.
   b. *Derived Dissatisfaction* Pertanyaan yang di ajukan menyangkut dua hal utama, yaitu besarnya harapan pelanggan terhadap atribut tertentu dan besarnya kinerja yang telah mereka rasakan atau terima.
   c. *Problem Analysis* Pelanggan yang dijadikan pengguna, diminta untuk mengungkapkan dua hal pokok yaitu:

masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari menajemen perusahaan dan saran-saran untuk melakukan perbaikan.

d. *Importance-Performance Analysis* Dalam tehnik ini pengguna diminta meranking berbagai elemen dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen tersebut. Selain itu juga, pengguna diminta merangking seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen tersebut.

3) *Ghost shopping Metode* ini dilaksanakan dengan cara memperkerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan potensial produk perusahaan dan pesaing.

Lalu *ghost shopper* menyampaikan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut.

Selain itu para *ghost shopper* juga datang melihat langsung bagaimana karyawan berinteraksi dan memperlakukan para pelanggannya. Tentunya karyawan tidak boleh tahu kalau atasannya baru melakukan penilaian akan menjadi bisa.

4) *Lost customer analysis* Pihak perusahaan berusaha menghubungi para pelanggannya yang sudah berhenti menjadi pelanggan atau beralih ke perusahaan lain. Yang diharapkan adalah memperoleh informasi bagi perusahaan untuk

mengambil kebijakan selanjutnya dalam rangka meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

d. Manfaat Kepuasan Pelanggan

Menurut Tjiptono (2012:310-311), kepuasan pelanggan telah menjelma menjadi kewajiban bagi setiap organisasi bisnis, peneliti pemasaran, eksekutif bisnis, bahkan politisi. Kualitas jasa yang unggul dan konsisten dapat menumbuhkan kepuasan konsumen dan akan memberikan berbagai manfaat seperti:

1) Berdampak positif pada loyalitas pelanggan.
2) Berpotensi menjadi sumber pendapatan masa depan (terutama melalui pembelian ulang, *cross-selling*, dan *up-selling*).
3) Menekan biaya transaksi pelanggan di masa depan (terutama biayabiaya komunikasi pemasaran, penjualan, dam layanan pelanggan).
4) Menekan volatilitas dan risiko berkenaan dengan prediksi aliran kas masa depan.
5) Meningkatkan toleransi harga (terutama kesediaan pelanggan untuk membayar harga premium dan pelanggan cenderung tidak mudah tergoda untuk beralih pemasok).
6) Rekomendasi *gethok* tular positif.
7) Pelanggan cenderung lebih reseptif terhadap *product-line extensions, brand extensions*, dan *new add-on services* yang ditawarkan perusahaan.
8) Meningkatkan *bargaining power* relatif perusahaan terhadap jaringan pemasok, mitra bisnis, dan saluran distribusi.

2.1.4 Teori Perilaku Konsumen

a. Pengertian Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen akan diperlihatkan dalam beberapa tahap yaitu tahap sebelum pembelian, pembelian, dan setelah pembelian. Pada tahap sebelum pembelian konsumen akan melakukan pencarian informasi yang terkait produk dan jasa. Pada tahap pembelian, konsumen akan melakukan pembelian produk, dan pada tahap setelah pembelian, konsumen melakukan konsumsi (penggunaan produk), evaluasi kinerja produk, dan akhirnya membuang produk setelah digunakan atau kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan menggunakan barang dan jasa termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut.

Menurut Kotler dan Keller (2008) Perilaku konsumen adalah studi bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan menempatkan barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan mereka.

Sedangkan menurut Schiffman dan Kanuk (2008) perilaku konsumen menggambarkan cara individu mengambil keputusan untuk memanfaatkan sumber daya mereka yang tersedia (waktu, uang, usaha) guna membeli barang-barang yang berhubungan dengan konsumsi.

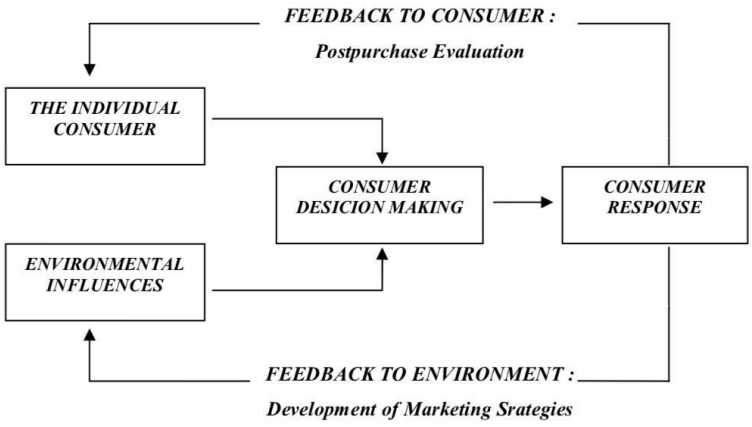
Berdasarkan pendapat dari para ahli yang telah disebutkan dapat dikatakan bahwa perilaku konsumen adalah semua kegiatan, tindakan, serta proses psikologis yang mendorong tindakan tersebut

pada saat sebelum membeli, menggunakan, menghabiskan produk dan jasa setelah melakukan hal-hal diatas atau kegiatan mengevaluasi.

Perilaku konsumen mempelajari di mana, dalam kondisi macam apa, dan bagaimana kebiasaan seseorang membeli produk tertentu dengan merk tertentu. Kesemuanya ini sangat membantu manajer pemasaran di dalam menyusun kebijaksanaan pemasaran perusahaan.

b. Teori Perilaku Konsumen

Untuk memahami perilaku konsumen adalah model rangsangan dan tanggapan yang ditunjukkan oleh seseorang, dimana rangsangan tersebut telah memasuki kesadaran untuk meresponnya. Menurut Assael (2001) secara sederhana model perilaku konsumen diperlihatkan dalam gambar berikut :



Gambar 2. 2 Mode Perilaku Konsumen menurut Assael

Sumber : Assael (2001)

Melalui gambar 2.2, Assael (2001) mendefinisikan keputusan pengambilan keputusan konsumen adalah proses merasa dan

mengevaluasi informasi merek, mempertimbangkan bagaimana alternatif merek memenuhi kebutuhan konsumen dan memutuskan pada suatu merek.

Menurut Assael (2001) ada dua pengaruh luas yang menentukan pilihan konsumen. Pengaruh pertama yaitu konsumen individu yang mana kebutuhan, persepsi merek, karakteristik, dan sikap ke arah alternatif yang mempengaruhi pilihan merek.

Pengaruh kedua dari pengambilan keputusan konsumen adalah lingkungan. Lingkungan pembelian konsumen digambarkan dengan budaya (norma dan nilai masyarakat), dengan sub-budaya (bagian dari masyarakat dengan norma-norma berbeda dan nilai dalam kehidupan tertentu) dan dengan kelompok bertatap muka (teman, anggota keluarga dan kelompok referensi).

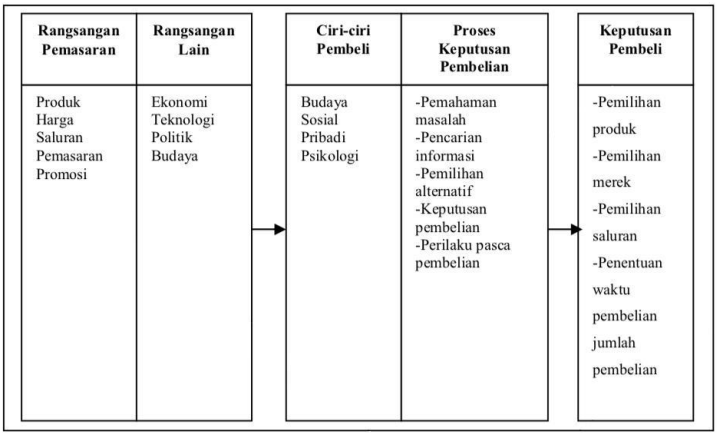
Ketika konsumen telah membuat suatu keputusan maka evaluasi pascapembelian, digambarkan sebagai umpan balik untuk konsumen individu, akan berlangsung. Selama dalam proses evaluasi, konsumen akan belajar dari pengalaman dan mungkin akan merubah pola dalam memperoleh informasi, mengevalusi merek dan memilih suatu merek.

Keputusan konsumen untuk melakukan pembelian dengan merek yang sama akan dipengaruhi oleh pengalaman mengkonsumsi dari konsumen itu sendiri. Pandangan terhadap perilaku konsumen bukanlah hal yang mudah untuk dilakukakan, karena terdapat banyak faktor yang berpengaruh dan saling interaksi satu sama lainnya, sehingga pendekatan pemasaran yang dilakukan oleh suatu

perusahaan harus benar-benar dirancang sebaik mungkin dengan memperhatikan faktor-faktor tersebut.

Sedangkan menurut Kotler dan Armstrong (2008), pemasar dapat mempelajari pembelian konsumen yang sebenarnya untuk menemukan apa yang mereka beli, dimana tempatnya dan berapa banyak.

Model perilaku konsumen atas keputusan pembelian dipengaruhi oleh rangsangan-rangsangan tertentu dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 2. 3 Model Perilaku Konsumen menurut Kotler dan Keller

Sumber : Kotler dan Keller (2008)

Ilustrasi berdasarkan gambar diatas memperlihatkan bahwa pemasaran dan rangsangan-rangsangan lain memasuki “kotak hitam” konsumen dan menghasilkan respon tertentu. Pemasar harus menemukan apa yang ada di dalam kotak hitam pembeli **(Kotler dan Armstrong, 2008**). Rangsangan pemasaran terdiri dari 4P : produk (*peoduct*), harga (*price*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*).

Rangsangan lain meliputi kekuatan dan faktor utama dalam lingkungan pembeli : ekonomi, teknologi, politik, dan budaya. Semua masukan ini memasuki kotak hitam pembeli, di mana masukan ini diubah menjadi sekumpulan respons pembeli yang dapat diobservasi : pilihan produk, pilihan merek, pilihan penyalur, waktu pembelian, dan jumlah pembelian. Maka dapat dikatakan bahwa karakteristik pembeli mempengaruhi perilaku pembeli dan kemudian mendiskusikan proses keputusan pembeli**. (Kotler dan Armstrong, 2008)**

c. Faktor-faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen sangat dipengaruhi oleh keadaan dan situasi lapisan masyarakat di mana ia dilahirkan dan berkembang. Ini berarti konsumen yang berasal dari lapisan masyarakat atau lingkungan yang berbeda akan mempunyai penilaian, kebutuhan, pendapat, sikap, dan selera yang berbeda-beda, sehingga pengambilan keputusan dalam tahap pembelian akan dipengaruhi beberapa faktor-faktor.

Menurut Kotler dan Keller (2008), faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terdiri dari :

1) Faktor Kebudayaan

Faktor kebudayaan berpengaruh luas dan mendalam terhadap perilaku konsumen. Faktor kebudayaan terdiri dari :

I. Budaya

Budaya merupakan penentu keinginan dan perilaku yang paling mendasar. Anak-anak mendapatkan mendapatkan kumpulan nilai, persepsi, preferensi, dan perilaku dari keluarganya serta lembaga-lembaga penting lainnya.

II. Sub-budaya

Masing-masing budaya terdiri dari sub-budaya

yang lebih kecil yang memberikan lebih banyak ciri-ciri dan sosialisasi khusus bagi anggotanya. Sub-budaya terdiri dari : kebangsaan, agama, kelompok ras, dan daerah geografis.

III. Kelas sosial

Pada dasarnya masyarakat memiliki strata sosial. Stratifikasi tersebut kadang berbentuk sistem kasta di mana anggota kasta yang berbeda dibesarkan dengan peran tertentu dan tidak dapat mengubah keanggotaan kasta mereka.

2) Faktor Sosial

Perilaku konsumen juga dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial seperti kelompok acuan, keluarga serta status sosial.

I. Kelompok acuan

Kelompok acuan seseorang terdiri dari semua kelompok yang memiliki pengaruh langsung (tatap muka) atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang. Kelompok yang memiliki pengaruh langsung terhadap seseorang dinamakan kelompok keanggotaan. Beberapa kelompok keanggotaan adalah kelompok primer, seperti keluarga, teman, tetangga, dan rekan kerja, yang berinteraksi dengan seseorang serta terus menerus dan informal.

Orang juga menjadi anggota kelompok sekunder, seperti kelompok keagamaan, professional,

dan asosiasi perdagangan, yang cenderung lebih formal dan membutuhkan interaksi yang tidak begitu rutin.

II. Keluarga

Keluarga adalah kelompok yang terdiri dari dua atau lebih orang yang berhubungan melalui darah, perkawinan, atau adopsi dan tinggal bersama. Keluarga merupakan organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat, dan ia telah menjadi obyek penelitian yang luas.

Anggota keluarga merupakan kelompok acuan primer yang paling berpengaruh. Kita dapat membedakan antara dua keluarga dalam kehidupan pembeli. Keluarga orientasi terdiri dari orang tua dan saudara kandung seseorang. Dari orang tua, seseorang mendapatkan orientasi atas agama, politik, dan ekonomi serta ambisi pribadi, harga diri dan cinta.

Bahkan jika pembeli tidak lagi berinteraksi secara mendalam dengan keluarganya, pengaruh keluarga terhadap perilaku pembeli dapat tetap signifikan. Pengaruh yang lebih langsung terhadap perilaku pembelian sehari-hari adalah keluarga prokreasi yaitu, pasangan (suami atau istri) dan anak-anak.

III. Status sosial

Kedudukan seseorang di masing-masing

kelompok dapat ditentukan berdasarkan peran dan status. Peran meliputi kegiatan yang menghasilkan status. Dengan status sosial yang dimiliki seseorang di masyarakat, dapat dipastikan ia akan mempengaruhi pola atau sikap orang lain dalam hal berperilaku terutama dalam perilaku pembelian.

3) Faktor Pribadi.

I. Usia dan tahap siklus hidup

Seseorang membeli suatu barang dan jasa akan berubah selama hidupnya. Kebutuhan ketika bayi hingga menjadi dewasa dan pada waktu menginjak usia lanjut akan berbeda. Selera seseorang pun dalam pakaian, perabot dan rekreasi berhubungan dengan usianya.

II. Pekerjaan dan lingkungan ekonomi

Pola konsumsi seseorang juga dipengaruhi oleh pekerjaannya. Seorang pekerja kasar akan membeli pakaian kerja, sepatu kerja, kotak makanan. Sedangkan seorang presiden perusahaan akan membeli pakaian yang mahal, bepergian dengan pesawat terbang.

III. Gaya hidup

Gaya hidup seseorang adalah kehidupan sehari-hari yang dinyatakan dalam kegiatan, minat dan pendapat (opini) yang bersangkutan. Gaya hidup melukiskan keseluruhan pribadi yang berinteraksi

dengan lingkungannya. Gaya hidup mencerminkan sesuatu yang lebih dari kelas sosial di satu pihak dan kepribadian di pihak lain.

IV. Kepribadian dan konsep diri

Setiap orang memiliki kepribadian yang berbeda dan akan mempengaruhi perilaku membeli. Kepribadian adalah ciri-ciri psikologis yang membedakan seseorang, yang menyebabkan terjadinya jawaban yang relatif tetap dan bertahan lama terhadap lingkungannya.

Sedangkan konsep diri dibagi menjadi dua yaitu konsep diri ideal (bagaimana dia ingin memandang dirinya sendiri) dan konsep diri menurut orang lain (bagaimana pendapat orang lain memandang dia).

4) Faktor Psikologis

Pilihan pembelian seseorang dipengaruhi oleh empat faktor psikologi utama yaitu motivasi, persepsi, pembelajaran, serta keyakinan dan pendirian.

I. Motivasi adalah keadaan dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan tertentu guna mencapai suatu tujuan. Dapat dikatakan bahwa motivasi adalah suatu dorongan kebutuhan dan keinginan individu diarahkan pada tujuan untuk memperoleh kepuasan.

II. Persepsi

Seseorang yang termotivasi bertindak akan dipengaruhi oleh persepsinya terhadap situasi tertentu. Persepsi adalah proses yang digunakan oleh seorang individu untuk memilih, mengorganisasi, dan mengintepretasi masukan-masukan informasi guna menciptakan gambaran yang memiliki arti.

Persepsi tidak hanya dipengaruhi rangsangan fisik, tetapi juga dipengaruhi rangsangan yang berhubungan dengan lingkungan sekitar dan keadaan individu yang bersangkutan.

III. Pembelajaran

Belajar adalah perubahan-perubahan perilaku yang terjadi sebagai hasil dari akibat adanya pengalaman. Perubahan-perubahan perilaku tersebut bersifat tetap dan bersifat fleksibel. Hasil belajar ini akan memberikan tanggapan tertentu yang cocok dengan rangsangan dan yang mempunyai tujuan tertentu.

IV. Keyakinan dan sikap

Melalui bertindak dan belajar, seseorang mendapatkan keyakinan dan sikap. Keduanya kemudian mempengaruhi pembelian mereka. Keyakinan adalah gambaran pemikiran yang dianut seseorang tentang suatu hal. Keyakinan tersebut

berdasarkan pengetahuan, pendapat atau kepercayaan.

Kesemuanya itu mungkin mengandung faktor emosional. Sikap adalah evaluasi, perasaan emosional, dan kecenderungan tindakan yang bisa menguntungkan dan tidak menguntungkan dan bertahan lama dari seseorang terhadap suatu obyek atau gagasan.

2.1.5 Teori Keputusan Pembelian

a. Pengerti Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian yaitu salah satu komponen utama dari perilaku konsumen. Keputusan pembelian konsumen yaitu tahap demi tahap yang digunakan konsumen ketika membeli barang dan jasa **(Lamb, 2008)**.

Perilaku konsumen akan menentukan proses pengambilan keputusan dalam pembelian mereka. Proses tersebut yaitu sebuah pendekatan penyelesaian masalah yang terdiri atas beberapa tahap. Seluruh proses tersebut tidak selalu dilakukan oleh konsumen dalam pembeliannya.

Pada umunya konsumen akan lebih mudah mengambil keputusan dalam pembelian ulang atau pembelian yang sifatnya terus menerus terhadap produk yang sama.

Menurut Schiffman dan Kanuk (2009), keputusan pembelian yaitu pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan pembelian, artinya bahwa seseorang bisa membuat keputusan, harus tersedia beberapa alternatif pilihan.

Keputusan untuk membeli bisa mengarah pada bagaimana

proses dalam pengambilan keputusan tersebut itu dilakukan. Keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh perilaku konsumen.

Menurut Kotler (2010) proses pembelian yang spesifik terdiri dari urutan kejadian sebagai berikut: pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian.

Tugas pemasar yaitu memahami perilaku pembeli pada tiap tahap dan pengaruh apa yang bekerja dalam tahap-tahap tersebut. Untuk melakukan pembelian, konsumen tidak terlepas dari karakteristik produk baik mengenai penampilan, gaya, mutu dan harga dari produk tersebut.

Penetapan harga oleh penjual akan berpengaruh terhadap perilaku pembelian konsumen, sebab harga yang bisa dijangkau oleh konsumen akan cenderung membuat konsumen melakukan pembelian terhadap produk tersebut **(Tejdhakusuma, 2006)**.

Menurut Swastha dan Handoko (2008) mengemukakan bahwa keputusan pembelian merupakan proses dalam pembelian yang nyata, apakah membeli atau tidak.

Berdasarkan pola hubungan antara jenis usaha (masalah) yang paling tinggi dan usaha yang paling rendah, maka kita dapat membedakan tiga tingkatan pengambilan keputusan konsumen seperti yang dikemukakan oleh Amirullah (2008) sebagai berikut:

c) *Extensive Problem Solving*

Pada tingkat ini konsumen sangat membutuhkan banyak informasi untuk lebih meyakinkan keputusan yang akan

diambilnya. Konsumen dalam hal ini telah memiliki kriteria-kriteria khusus terhadap barang yang akan dipilihnya.

Pengambilan keputusan *extensive* juga melibatkan keputusan multi pilihan dan upaya kognitif serta perilaku yang cukup besar. Akhirnya, pengambilan keputusan ini cenderung membutuhkan waktu yang cukup lama.

d) Limited Problem Solving

Pada tingkat ini konsumen tidak begitu banyak memerlukan informasi, akan tetapi konsumen tetap perlu mencari-cari informasi untuk lebih memberikan keyakinannya. Biasanya konsumen yang berada pada tingkat ini selalu membanding-bandingkan merek atau barang dengan menggali terus informasi-informasi.

Di sini lebih sedikit alternatif yang dipertimbangkan dan demikian pula dengan proses integrasi yang dibutuhkan. Pilihan yang melibatkan pengambilan keputusan terbatas biasanya cukup cepat, dengan tingkat upaya kognitif dan perilaku yang sedang.

e) Routinized Response Behaviour

Karena konsumen telah memiliki banyak pengalaman membeli, maka informasi biasanya tidak diperlukan lagi. Informasi yang dicari hanyalah untuk membandingkan saja, walaupun keputusan itu sudah terpikirkan oleh mereka.

Dibandingkan dengan tingkat yang lain, perilaku pilihan rutin membutuhkan sangat sedikit kapasitas kognitif

atau kontrol sadar. Pada dasarnya, rencana keputusan yang telah dipelajari konsumen diaktifkan kembali dari ingatan dan dilakukan secara otomatis untuk menghasilkan perilaku konsumen.

Keputusan yang diambil satu konsumen dengan konsumen lainnya relatif berbeda, namun para ahli berusaha membuat sejumlah model yang mampu mengakomodasi berbagai keputusan konsumen tersebut.

Menurut Schuffman dan Kanuk (2008), terdapat empat macam model konsumen yang mempunyai cara pandang yang berbeda dalam mengambil keputusan yaitu :

a. An Economic View

Dalam pasar persaingan sempurna konsumen sering digolongkan sebagai orang yang mengambil keputusan dengan rasional. Model ini sering disebut teori *economic man*. Untuk mengambil keputusan secara rasional, konsumen harus :

- Menyadari semua alternatif produk tersedia
- Mampu membuat urutan setiap alternatif yang berkaitan dengan keuntungan dan kerugiannya
- Mampu untuk mengidentifikasi alternatif terbaik Bagaimanapun juga konsumen jarang memiliki informasi yang lengkap atau bahkan tingkat keterlibatan yang cukup untuk membuat keputusan yang sempurna.

b. A Passive View

Pada dasarnya konsumen itu mengikuti keinginannya sendiri dan usahausaha dari pemasar. Konsumen dirasakan sebagai pembeli yang *impulsive* (menurut kata hati) dan tidak logis serta bersedia untuk menerima tujuan-tujuan dari pemasar.

c. An Emotional View

Konsumen dalam mengambil keputusan berdasarkan pada emosi dan tidak menekankan pada pencarian informasi sebelum pembelian. Bahkan lebih menekankan pada perasaan dan suasana hati pada saat itu. Hal ini tidak berarti bahwa keputusan yang emosional bukan merupakan yang rasional.

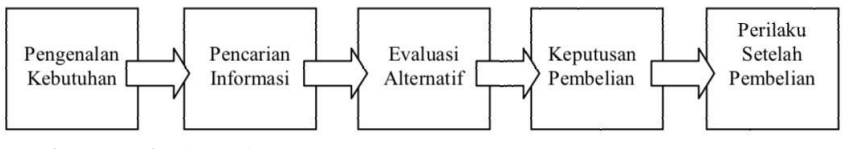
Keputusan untuk membeli timbul karena adanya penilaian objektif atau karena dorongan emosi. Keputusan untuk bertindak adalah hasil dari serangkaian aktivitas dan rangsangan mental emosional.

Proses untuk menganalisa, merasakan dan memutuskan, pada dasarnya adalah sama seperti seorang individu dalam memecahkan banyak permasalahannya. Konsumen membentuk preferensi atas merek-merek daam kumpulan pilihan pada saat evaluasi. Konsumen juga mungkin membentuk niat untuk membeli prosuk yang paling disukai.

b. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian

Pengertian proses keputusan pembelian menurut Kotler & Keller (2009) menyatakan bahwa proses keputusan pembelian sebagai berikut : "Konsumen melalui lima tahap dalam proses keputusan pembelian yaitu : pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, danperilaku pasca-pembelian".

Menurut Kotler (2009) proses dalam keputusan pembelian bisa digambarkan dalam sebuah model dibawah ini :



Gambar 2. 4 Model Proses Keputusan Konsumen menurut Kotler

Sumber : Kotler (2009)

Model ini mempunyai anggapan bahwa para konsumen melakukan lima tahap dalam melakukan pembelian. Kelima tahap diatas tidak selalu terjadi, khususnya dalam pembelian yang tidak memerlukan keterlibatan yang tinggi dalam pembelian. Para konsumen bisa melewati beberapa tahap dan urutannya tidak sesuai yaitu :

1) Pengenalan masalah

Proses membeli dengan pengenalan masalah atau kebutuhan pembeli menyadari suatu perbedaan antara keadaan yang sebenarnya dan keadaan yang diinginkanya. Kebutuhan itu bisa digerakkan oleh rangsangan dari dalam diri pembeli atau dari luar.

Misalnya kebutuhan orang normal yaitu haus dan lapar akan meningkat hingga mencapai suatu ambang rangsang dan berubah menjadi suatu dorongan berdasarkan pengalaman yang sudah ada.

2) Pencarian informasi

Konsumen mungkin tidak berusaha secara aktif dalam mencari informasi sehubungan dengan kebutuhannya. Seberapa jauh orang tersebut mencari informasi tergantung pada kuat lemahnya dorongan kebutuhan, banyaknya informasi yang dimiliki, kemudahan memperoleh informasi, tambahan dan kepuasan yang diperoleh dari kegiatan mencari informasi.

Biasanya jumlah kegiatan mencari informasi meningkat tatkala konsumen bergerak dari keputusan situasi pemecahan masalah yang terbatas kepemecahan masalah yang maksimal.

3) Evaluasi alternatif

Informasi yang dibisa dari calon pembeli digunakan untuk memperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai alternatif-alternatif yang dihadapinya serta daya tarik masing-masing alternatif. Produsen harus berusaha memahami cara konsumen mengenal informasi yang diperolehnya dan sampai pada sikap tertentu mengenai produk merek dan keputusan untuk membeli.

4) Keputusan pembelian

Produsen harus memahami bahwa konsumen mempunyai cara sendiri dalam menangani informasi yang diperolehnya dengan membatasi alternatif-alternatif yang harus dipilih atau dievaluasi untuk menentukan produk mana yang akan dibeli.

Perilaku setelah pembelian apabila barang yang dibeli tidak memberikan kepuasan yang diharapkan, maka pembeli akan merubah sikapnya terhadap merek barang tersebut menjadi sikap negatif, bahkan mungkin akan menolak dari daftar pilihan. Sebaliknya bila konsumen menbisa kepuasan dari barang yang dibelinya maka keinginan untuk membeli terhadap merek barang tersebut cenderung untuk menjadi lebih kuat.

Produsen harus mengurangi perasaan tidak senang atau perasaan negatif terhadap suatu produk dengan cara membantu konsumen menemukan informasi yang membenarkan pilihan konsumen melalui komunikasi yang diarahkan pada orang-orang yang baru saja membeli produk.

c. Dimensi Keputusan Pembelian

Menurut Kotler dan Keller (2012), bahwa dalam melaksanakan niat pembelian konsumen terdapat lima dimensi keputusan pembelian yaitu :

1) Pilihan produk konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli sebuah produk atau menggunakan uangnya untuk tujuan yang lain. Dalam hal ini perusahaan harus memusatkan perhatiannya kepada orang-orang yang berminat membeli sebuah produk serta alternatif yang mereka pertimbangkan.
2) Pilihan merek konsumen harus memutuskan merek mana yang akan dibeli. Setiap merek memiliki perbedaan-perbedaan sendiri. Dalam hal ini perusahaan harus mengetahui bagaimana konsumen memilih sebuah merek.

3) Pilihan penyalur konsumen harus mengambil keoutusan tentang pemasok mana yang akan dikunjungi. Setiap konsumen berbeda-beda dalam hal menentukan penyalur bisa dikarenakan faktor lokasi yang dekat, harga yang murah, persediaan barang yang lengkap, kenyamanan berbelanja, keleluasaan tempat dan lain sebagainya.
4) Penentuan waktu pembelian keputusan konsumen dalam pemilihan waktu pembelian bisa berbedabeda, misalnya : ada yang membeli setiap hari, satu minggu sekali, dua minggu sekai atau sebulan sekali disesuaikan dengan keinginan dan kebutuhannya.
5) Jumlah pembelian konsumen dapat mengambil keputusan tentang seberapa banyak produk yang akan dibeli pada suatu saat. Pembelian yang dilakukan mungkin lebih dari satu. Dalam hal ini perusahaan harus mempersiapkan banyaknya produk sesuai dengan keinginan yang berbeda-beda dari para pembeli.

2.2 Penelitian Terdahulu

Setelah peneliti melakukan telaah terhadap beberapa penelitian, ada beberapa yang memiliki keterkaitan dengan penelitian yang peneliti lakukan.

Penelitian pertama yang berhasil peneliti temukan adalah penelitian yang dilakukan oleh Ni Putu Ayu Wangi Diantini, Sukidin dan Wiwin Hartanto yang berjudul "Efektivitas Penerapan *Mobile Application* KAI Access oleh Konsumen Di PT Kereta Api Indonesia Persero Daerah Operasi 9 Stasiun Jember" pada tahun 2019. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk

mengetahui tingkat efektivitas Penerapan *Mobile Application* "KAI Access dengan berpedoman pada model keberhasilan sistem informasi yang dikemukakan oleh William H. Delone dan Ephraim R. McLean. Sampel diambil secara acak, tanpa memperhatikan tingkatan yang ada dalam populasi, dan jumlah sampel sebanyak 87 pengguna.

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah dilakukan untuk mengetahui tingkat efektivitas penerapan *mobile application* KAI Access oleh konsumen di PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi 9 Stasiun Jember, menunjukkan bahwa efektivitas penerapan *mobile application* KAI Access oleh konsumen di PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi 9 Stasiun Jember dari keenam sub variabel sangat baik. Kesimpulan yang di dapat dari hasil perhitungan efektivitas dalam penelitian ini adalah efektivitas penerapan *mobile application* KAI Access oleh konsumen di PT. Kereta Api Indonesia (Persero) daerah operasi 9 Stasiun Jember dapat dinyatakan sangat efektif. Hal ini dibuktikan oleh hasil perhitungan jawaban pengguna dari keenam sub-variabel hasil rata-rata sebesar 82.56%. Berdasarkan hasil penelitian Efektivitas Penerapan *Mobile Application* KAI Access oleh Konsumen di PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi 9 Stasiun Jember, peneliti menyarankan sebaiknya PT. Kereta Api Indonesia (Persero) perlu melalukan sosialisasi lebih dalam terkait dengan pembuatan akun baru dari aplikasi *Mobile Application* KAI Access, karena ada beberapa pengguna yang masih menggeluhkan tentang cara pembuatan akun baru. Kemudian perlu memperbaiki durasi pembayaran saat pembelian tiket tiket kereta agar waktunya diperpanjang sehingga memberikan kenyamanan bagi pengguna *Mobile Application*KAI Access.

Perbedaan dari peneliatan yang dilakukan oleh Ni Putu Ayu Wangi Dianti, Sukidin dan Wiwin Hartanto dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti ini adalah ada pada metode penelitiannya serta variabel evaluasi. Pada metode penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu penelitian metode kualitatif desktiptif dan variabel evaluasinya hanya memakai empat variabel dari system informasi saja.

Penelitian yang kedua yang berhasil peneliti temukan adalah penelitian yang dilakukan oleh Akhmad Afnan yang berjudul "Pengukuran Keberhasilan Penggunaan *E-Ticketing* PT. Kereta Api Indonesia (KAI) Dengan *Modified Delone Dclean"*. Dapat dikatakan bahwa model yang dikembangkan oleh peneliti dapat digunakan untuk memprediksi kepuasan, penggunaan dan *net benefit e-ticketing* PT Kereta Api Indonesia (Persero) meskipun ada beberapa konstruk yang tidak terdukung. Dapat dikatakan bahwa hal-hal yang memengaruhi kepuasan adalah kualitas informasi, kualitas sistem, kualitas pelayanan, habit, penggunaan dan *net benefit. Net benefit* dengan kepuasan memiliki hubungan timbal balik. Sedangkan yang memengaruhi penggunaan adalah kualitas, informasi, kondisi-kondisi pemfasilitas, habit dan *net benefit*. *Net benefit* dengan penggunaan memiliki hubungan timbal balik.

Sampel yang sesuai dengan kriteria atau persyaratan sampel dari populasi tertentu yang paling mudah dijangkau atau didapatkan. Metode *convenience sampling* digunakan karena jumlah populasi tidak diketahui. Teknik pengambilan sampel tersebut dapat digunakan apabila tidak terdapat banyak persyaratan atau kriteria terhadap calon sampel yang diplih. Kriteria sampel pada penelitian ini ialah sebagai berikut :

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen PT. Kereta Api Indonesia (Persero) yang pernah menggunakan situs web Kereta Api Indonesia maupun aplikasi *e-ticketing* Kereta Api Indonesia untuk melakukan pemesanan tiket. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *convenience sampling.*

Perbedaan dari peneliatan yang dilakukan oleh Akhmad Afinan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti ini adalah ada pada metode penelitiannya serta variabel evaluasi. Pada metode penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu penelitian metode kualitatif desktiptif dan variabel evaluasinya hanya memakai empat variabel evaluasi saja, serta pada penelitin yang dilakukan oleh Akhmad Afinan ini lebih ke pengukuran keberhasilan dari penggunaan *E-Ticketing.*

Penelitian ketiga adalah mengenai Analisis Kesuksesan Sistem Informasi Perpustakaan di Universitas Negeri Yogyakarta (UNY) dengan pendekatan Model Delone dan McLean yang diteliti oleh Supriyono.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji kesuksesan Sistem Informasi Perpustakaan dengan pendekatan Model Kesuksesan Sistem Informasi yang dipaparkan oleh DeLone dan McLean pada tahun 2003. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas sistem, kualitas informasi, kualitas layanan, penggunaan, kepuasan pengguna dan manfaat-manfaat bersih. Objek dari penelitian ini adalah Sistem Informasi Perpustakaan di Universitas Negeri Yogyakarta yang berbasis *Senayan Library Management Systems (SliMS)*. Subjek dari penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta sebagai pengguna pada bulan Maret 2017 dengan menggunakan teknik sampling kuota. Menurut tabel dari Isaac dan Michael

jumlah sampel yang digunakan berjumlah 350 mahasiswa. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner yang telah divalidasi. Validasi internal dengan teknik *expert judgment* (oleh ahli) dan dinyatakan layak digunakan dengan beberapa perbaikan. Validitas eksternal dilakukan dengan menggunakan 30 pengguna secara acak dan instrumen valid untuk digunakan dengan interpretasi sebesar 70,74%. Selain uji validitas, dilakukan uji reliabilitas instrumen dengan nilai Cronbanch's Aplha sebesar 0,915 (sangat tinggi) yang berarti bahwa instrumen dapat dipercaya. Pengujian hipotesis dilakukan dengan analisis regresi. Analisis data menggunakan program SPSS versi 24. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara: (1) kualitas sistem dengan penggunaan, (2) kualitas sistem dengan kepuasan pengguna, (3) kualitas informasi dengan penggunaan, (4) kualitas informasi dengan kepuasan pengguna, (5) kualitas layanan dengan penggunaan, (6) kualitas layanan dengan kepuasan pengguna, (7) penggunaan dengan kepuasan pengguna, (8) penggunaan dengan manfaat-manfaat bersih, (9) kepuasan pengguna dengan manfaat-manfaat bersih. Penerapan sistem informasi perpustakaan dapat dinyatakan sukses karena terdapat korelasi positif antar variabel.

Perbedaan dari peneliatan yang dilakukan oleh Supriyono dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti ini adalah ada pada metode penelitiannya, variabel evaluasi serta objek yang diteliti. Pada metode penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu penelitian metode kualitatif desktiptif dan variabel evaluasinya hanya memakai empat variabel evaluasi saja sementara untuk objek yang diteliti oleh Supriyono ialah pada sistem

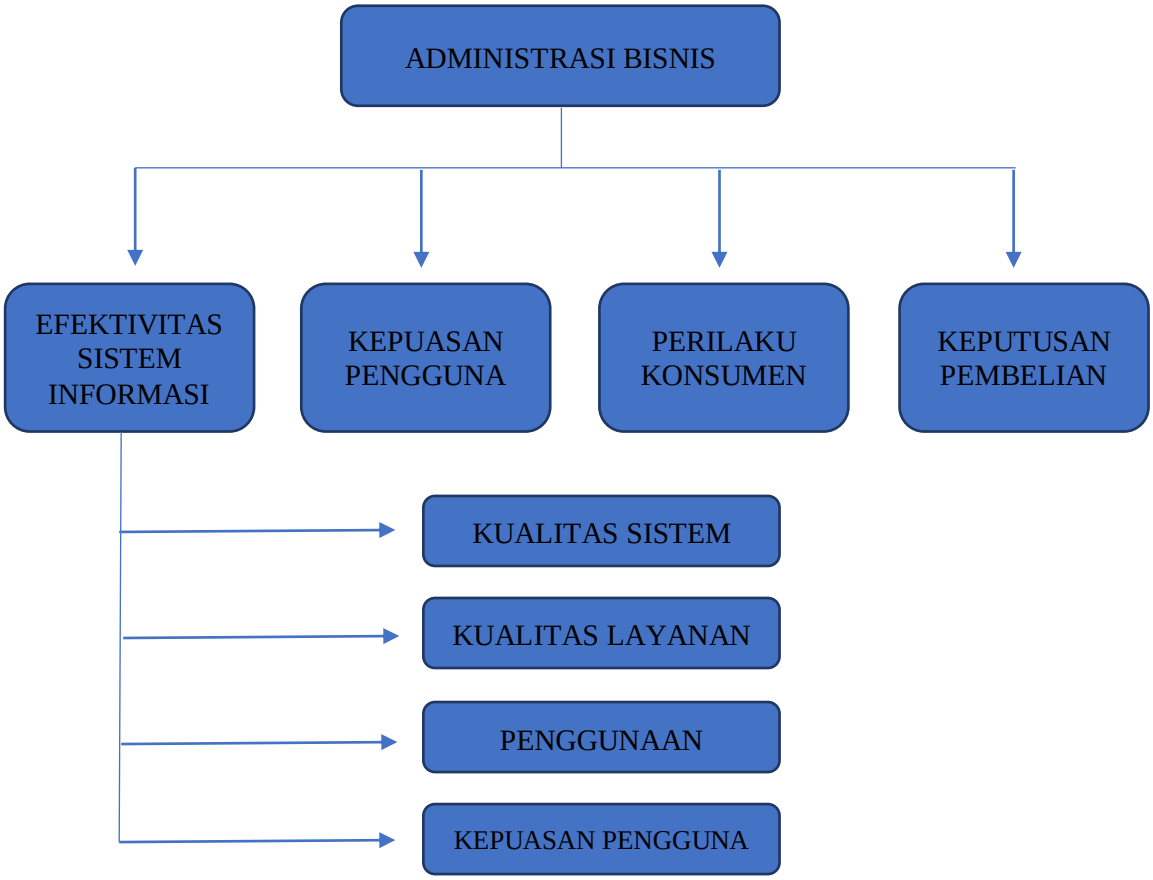
informasi perpustakaan di Universitas Negeri Yogyakarta.

2.3 Kerangka Penelitian

Efektivitas merupakan salah satu tujuan yang akan dicapai oleh suatu program pemerintah yang akan diraih bersama-sama dalam proses pemerintahan. Program pemerintah dapat berjalan sesuai dengan yang diharapkan dengan tepat dan berhasil, maka program tersebut sudah berjalan dengan efektif dan efisien. Menurut pendapat Sedarmayanti dalam bukunya yang berjudul tentang Sumber Daya Manusia dan Produktivitas Kerja bahwa: "Efektifitas merupakan suatu ukuran yang memberikan gambaran seberapa jauh target dapat dicapai. Pengertian efektivitas ini lebih berorientasi kepada keluaran sedangkan masalah penggunaan masukan kurang menjadiperhatian utama. Apabila efisiensi dikaitkan dengan efektivitas maka walaupun terjadi peningkatan efektivitas belum tentu efisiensi meningkat" (Sedarmayanti, 2009:59). Berdasarkan pengertian diatas, bahwa efektivitas merupakan suatu proses gambaran suatu tujuan, target, sasaran yang akan dicapai. Efektivitas juga merupakan pengukuran dalam arti tercapainya sasaran atau tujuan yang telah ditentukan sebelumnya merupakan sebuah pengukuran dimana suatu target telah tercapai sesuai dengan apa yang diharapakan. Dalam efektivitas pendekatan model Delone dan McLean mengatakan bahwa ada enam variabel evaluasi pada sistem informasi yang menjadi keberhasilan yaitu, kualitas sistem, kualitas service, kualitas informasi, kegunaan, kepuasan pengguna dan benefit bersih.

Peneliti menggunakan kualitas informasi (*information quality*), kualitas layanan (*service quality*), penggunaan (*use*) dan kepuasan pengguna (*user satisfaction*) yang diambil dari teori efektivitas pendekatan Delone dan

McLean untuk menjadi variable tunggal. Berdasarkan uraian diatas, peneliti membuat model kerangka pemikiran sebagai berikut :



Gambar 2. 5 Kerangka Penelitian

Sumber : dibuat oleh peneliti

BAB III
METODELOGI PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Metode penelitian yang digunakan pada penelitain ini adalah metode kualitatif. Metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang atau perilaku yang dapat diamati**.** (J.Moeleong, 2006)

Penelitian deskripsi secara garis besar merupakan kegiatan penelitian yang hendak membuat gambaran atau mencoba mencandra suatu peristiwa atau gejala secara sistematis, faktual dengan penyusunan yang akurat. (Supardi, 2005)

Metode kualitatif digunakan beberapa pertimbangan yaitu mudah menyesuaikan apabila berhadapan dengan kenyataan ganda, metode ini menyajikan hakekat hubungan antara peneliti dan pengguna secara langsung dan lebih peka sehingga dapat menyesuaikan diri dan banyak penajaman pengaruh bersama terhadap pola-pola nilai yang dihadapi peneliti. (Ahmad Tanzeh, 2006)

Penelitian diarahkan untuk mendapatkan fakta-fakta yang berhubungan dengan efektivitas penggunaan *mobile application* KAI Access yang diluncurkan oleh PT Kereta Api Indonesia yang bisa digunakan melalui *smartphone* yang mempunyai operasi sistem Android dan iOS.

Penerapan pendekatan kualitatif dengan pertimbangan kemungkinan data yang diperoleh di lapangan berupa data dalam bentuk fakta yang perlu adanya analisis secara mendalam. Maka pendekatan kualitatif akan lebih mendorong pada pencapaian data yang bersifat lebih mendalam terutama

dengan keterlibatan peneliti sendiri di lapangan.

Dalam penelitian kualitatif, peneliti menjadi instrument utama dalam mengumpulkan data yang dapat berhubungan langsung dengan instrument atau objek penelitian. (Sugiyono, 2005)

3.2 Subjek dan Objek Penelitian

Menurut Arikunto (2006:88) subjek penelitian adalah benda, hal atau orang tempat data untuk variabel penelitian melekat dan yang dipermasalahkan.

Dalam penelitian ini subjeknya adalah pihak *Unit Business Development* dari pihak PT Kereta Api Indonesia (Persero) yang mengetahui betul secara mendalam mengenai *mobile application* KAI Access. Subjek lainnya adalah lima orang pengguna aplikasi KAI Access.

Sementara, objek penelitian adalah bahasan penelitian yang akan diteliti oleh peneliti (yang menjadi titik perhatian suatu penelitian) **(Arikunto, 2006:96)**.

Adapun yang menjadi objek penelitiannya adalah efektivitas penggunaan *mobile application* KAI Access yang diukur dengan kualitas layanan, kualitas informasi, pengunaan dan kepuasan pengguna.

3.3 Informan Kunci

Peneliti memilih untuk menggunakan dua tipe informan, yaitu informan kunci dan informan pendukung. Informan kunci adalah informan yang mengetahui secara mendalam permasalahan yang sedang diteliti, sedangkan informan pendukung adalah informan yang ditentukan dengan dasar pertimbangan memiliki pengetahuan dan sering berhubungan baik secara formal maupun informal dengan para informan kunci.

Adapun Teknik penentuan data yang dilakukan pada penelitian ini adalah dengan melakukan teknik *Purposive,* teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. *Purposive sampling* adalah pengambilan sampel secara sengaja sesuai dengan persyaratan sampel yang diperlukan.

Dalam bahasa sederhana *purposive sampling* itu dapat dikatakan sebagai secara sengaja mengambil sampel tertentu (jika orang maka berarti orang- orang tertentu) sesuai persyaratan (sifat-sifat, karakteristik, ciri, kriteria) sampel (jangan lupa yang mencerminkan populasinya).

Menurut Sugiyono, pertimbangan memilih informan dalam penelitian kualitatif ini adalah misalnya "orang yang kita jadikan informan tersebut paling tahu tentang apa yang kita harapkan dan memudahkan peneliti menjelajahi objek/situasi sosial yang diteliti" (2009:61).

Dengan kata lain unit sampel yang dihubungi disesuaikan dengan kriteria-kriteria tertentu yang diterapkan berdasarkan tujuan penelitian. Misalnya akan melakukan penelitian tentang disiplin pegawai, maka sampel yang dipilih adalah orang yang ahli dalam bidang kepegawaian saja.

Adapun informan kunci dari penelitian ini adalah bagian dari PT. Kereta Api Indonesia (Persero) yang merupakan lembaga otoritas pemilik dan pengelola *mobile application* KAI Access. Hal ini diharapkan dapat memberikan informasi secara mendalam terkait subjek penelitian serta menjelaskan lebih rinci terkait variabel evaluasi yang digunakan dalam variabel penelitin.

Di sisi lain, peneliti juga menggunakan informan pendukung yaitu pengguna *mobile application* KAI Access untuk dapat memberikan penilaian

terhadap *mobile application* KAI Access.

Terkait dengan informan pendukung, peneliti melakukan wawancara kepada lima orang pengguna aplikasi KAI Access, hal tersebut diharapkan dapat mengetahui lebih jelas mengenai variabel evaluasi dari sisi pengguna.

Data lain juga didapat dari jajak pendapat dengan menggunakan kuesioner dengan jumlah tertentu sesuai kebutuhan penelitian untuk memperoleh data secara umum yang dapat menjelaskan dan menunjang kebutuhan penelitian.

3.4 Teknik Pengambilan Data

3.4.1 Studi Pustaka

Teknik ini dilakukan untuk mendapatkan informasi dengan cara mempelajari buku-buku, membaca media-media cetak yang relevan dengan penelitian yang sedang dilakukan, mencari sumber dari literatur atau referensi lain yang relevan untuk meperoleh konsep atau teori yang diperlukan. Studi pustaka merupakan satu cara mendapatkan sumber dengan cara menemukan sumber tepat dari suatu spesialis tertentu.

Dalam melakukan penelitian tentu tidak terlepas dari adanya pencarian data dengan menggunakan studi kepustakaan. Peneliti menggunakan studi pustaka dengan mencari berbagai data sebagai pendukung dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti, yaitu dengan menggunakan :

a) Referensi Buku

Referensi buku adalah buku yang dapat memberikan keterangan topik perkataan, tempat peristiwa, data statistika, pedoman, alamat, nama orang, riwayat orang-orang terkenal.

Pelayanan referensi adalah pelayanan dalam menggunakan buku-buku referensi dan di sebut “koleksi referensi” sedangkan ruang tempat penyimpanan disebut ruang referensi. Karena sifatnya yang dapat memberikan petunjuk, harus selalu tersedia di perpustakaan sehingga dapat dipakai oleh setiap orang pada setiap saat.

b) Dokumentasi

Dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, lengger, agenda dan sebagainya (Arikunto, 2006:231). Dalam penelitian ini metode dokumentasi digunakan untuk melengkapi data yang tidak diperoleh dengan sebelumnya, yaitu dengan cara mencatat atau menyalin bahan-bahan berupa gambaran umum, kegiatan, data pengunjung serta data lain yang berkaitan dengan masalah penelitian ini.

3.4.2 Studi Lapangan

a) Wawancara

Wawancara yaitu Menurut Esterberg dalam Sugiyono (2013:231) wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikontruksikan makna dalam suatu topik tertentu.

Wawancara yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah wawancara terstruktur, yaitu wawancara yang bebas di mana peneliti menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya.

Wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini adalah wawancara yang ditujukan kepada *Unit Digital Business* PT Kereta Api Indonesia (Persero) berkenaan dengan hal-hal mengenai guna mendaptkan keterangan untuk melengkapi data-data penelitian mengenai efektivitas *mobile application* KAI Access, data pengunjung sebelum adanya *mobile application* KAI Access dan sesudah adanya *mobile application* KAI Acces serta gambaran umum perkereta-apian di Indonesia.

Wawancara juga dilakukan kepada *purposive sampling* yaitu kepada informan pendukung yang peneliti yakini sebagai pengguna aktif *mobile application* KAI Access guna memperoleh data-data yang valid yang dilihat dari segi pengguna.

3.5 Teknik Analisis Data

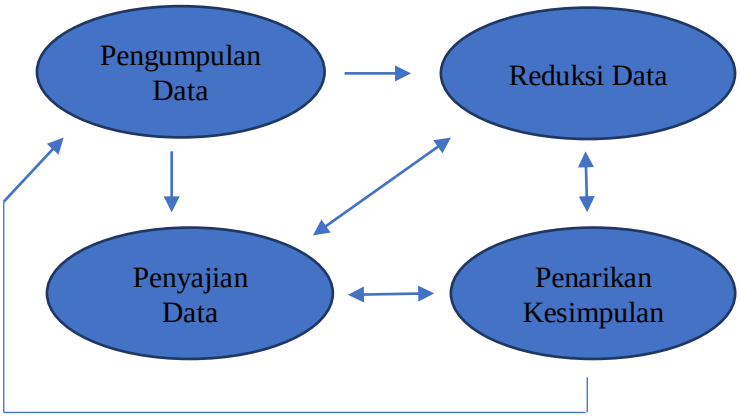
Menurut Miles dan Huberman (1984) dalam (Hamzah, 2020) Teknik analisa data yaitu suatu kegiatan yang mengacu pada penelaahan atau pengujian yang sistematik mengenai suatu hal dalam rangka mengetahui bagian-bagian, dan hubungan bagian dengan keseluruhan.

Oleh karena data penelitian ini berupa data kualitatif (antara lain berupa pernyataan, gejala, tindakan non-verbal yang dapat terekam oleh deskripsi kalimat atau gambar) maka terdapat tiga alur kegiatan yang dapat dilakukan secara bersamaan, yaitu:

1) Pengumpulan Data (*Data collection*) yaitu suatu proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan.

2) Reduksi Data (*Data reduction*) yaitu data yang dikelompokkan selanjutnya disusun dalam bentuk narasi-narasi, sehingga berbentuk rangkaian informasi yang bermakna sesuai dengan masalah penelitian.
3) Penyajian data (*Data Display*) yaitu susunan sekumpulan informasi yang memungkinkan penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan.
4) Penarikan kesimpulan (*Conclusion verivications*) dimana kesimpulan tersebut diverivikasi selama proses penelitian. Verivikasi tersebut berupa tinjauan atau pemikiran kembali pada catatan lapangan yang mungkin berlangsung sekilas atau malah dilakukan secara seksama dan memakan waktu lama, serta bertukar pikiran. Sehingga makna-makna yang muncul dari data harus diuji kebenarannya, kekokohannya, dan kecocokannya sehingga membentuk validitasnya.
5) Evaluasi (*Evaluation*) Melakukan verifikasi hasil analisis data dengan informan, yang didasarkan pada kesimpulan tahap keempat. Tahap ini dimaksudkan untuk menghindari kesalahan interpretasi dari hasil wawancara dengan sejumlah informan yang dapat mengaburkan makna persoalan sebenarnya dari fokus penelitian.

Adapun model yang dilukiskan Miles dan Huberman adalah sebagai berikut:



Gambar 3. 1 Komponen Aanlisis Data : Kualitatif

Sumber: Miles and Huberman dalam Sugiyono (2010:247)

Dari kelima tahap analisis data diatas setiap bagian-bagian yang ada didalamnya berkaitan satu sama lainnya, sehingga saling berhubungan antara tahap yang satu dengan tahap yang lainnya.

Adapun dalam penelitian ini, teknik analisa data yang digunakan adalah teknik analisa deskriptif kualitatif dengan data yang diperoleh dari informan kunci dan informan pendukung. Setelah memperoleh data dari informan kunci dan informan pendukung, peneliti mennganalisa secara studi pustaka hubungan dari kedua variabel tersebut secara analisa deskriptif yang didukung dengan teori, penelitian terdahulu, dan referensi terkait untuk memperoleh hasil dan kesimpulan.

3.6 Teknik Keabsahan Data

Pemeriksaan terhadap keabsahan data pada dasarnya, selain digunakan untuk menyanggah balik yang dituduhkan kepada penelitian kualitatif yang mengatakan tidak ilmiah, juga merupakan sebagai unsur yang tidak terpisahkan dari tubuh pengetahuan penelitian kualitatif (Moleong, 2007:320).

Keabsahan data dilakukan untuk membuktikan apakah penelitian yang

dilakukan benar-benar merupakan penelitian ilmiah sekaligus untuk menguji data yang diperoleh. Uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif meliputi uji*credibility*, *transferability*, *dependability*, dan *confirmability* (Sugiyono, 2007:270).

Agar data dalam penelitian kualitatif dapat dipertanggungjawabkan sebagai penelitian ilmiah perlu dilakukan uji keabsahan data. Adapun uji keabsahan data yang dapat dilaksanakan.

1) Credibility

Uji *credibility* (kredibilitas) atau uji kepercayaan terhadap data hasil penelitian yang disajikan oleh peneliti agar hasil penelitian yang dilakukan tidak meragukan sebagai sebuah karya ilmiah dilakukan.

a) Perpanjangan Pengamatan

Perpanjangan pengamatan dapat meningkatkan kredibilitas/ kepercayaan data. Dengan perpanjangan pengamatan berarti peneliti kembali ke lapangan, melakukan pengamatan, wawancara lagi dengan sumber data yang ditemui maupun sumber data yang lebih baru.

Perpanjangan pengamatan berarti hubungan antara peneliti dengan sumber akan semakin terjalin, semakin akrab, semakin terbuka, saling timbul kepercayaan, sehingga informasi yang diperoleh semakin banyak dan lengkap.

Perpanjangan pengamatan untuk menguji kredibilitas data penelitian difokuskan pada pengujian terhadap data yang telah diperoleh. Data yang diperoleh setelah dicek kembali ke lapangan benar atau tidak, ada perubahan atau masih tetap.

Setelah dicek kembali ke lapangan data yang telah diperoleh sudah dapat dipertanggungjawabkan/benar berarti kredibel, maka perpanjangan pengamatan perlu diakhiri.

Dalam perpanjangan pengamatan yang telah dilakukan dalam penelitian yaitu dengan cara observasi langsung dilakukan dalam bulan April 2021 sampai bulan Juni 2021. Peneliti melakukan perpanjangan pengamatan ini dengan cara memakai atau menggunakan kereta api lokal Bandung Raya, kereta api lokal Cibatuan dan kereta api jarak jauh tujuan stasiun Bandung-Stasiun Gambir.

Selama observasi tersebut peneliti menemukan beberapa hal, seperti pada saat lebaran idul fitri pada bulan Mei 2021 yang terjadi peningkatan penumpang dikarenakan perihal mudik dalam aglomerasi wilayah Bandung Raya karena berhubungan pada saat itu sedang adanya Pembatasan Sosisal Berskala Mikro untuk mengurangi penyebaran virus COVID-19.

Pada saat terjadi kasus kenaikan penumpang di stasiun Bandung, pada saat itu masyarakat belum banyak menggunakan aplikasi KAI Access, oleh karena itu mereka yang tidak menggunakan aplikasi KAI Access harus rela mengatri demi membeli tiket.

b) Meningkatkan kecermatan dalam penelitian

Meningkatkan kecermatan atau ketekunan secara berkelanjutan maka kepastian data dan urutan kronologis peristiwa dapat dicatat atau direkam dengan baik, sistematis. Meningkatkan

kecermatan merupakan salah satu cara mengontrol/mengecek pekerjaan apakah data yang telah dikumpulkan, dibuat, dan disajikan sudah benar atau belum.

Untuk meningkatkan ketekunan peneliti dapat dilakukan dengan cara membaca berbagai referensi, buku, hasil penelitian terdahulu, dan dokumen-dokumen terkait dengan membandingkan hasil penelitian yang telah diperoleh. Dengan cara demikian, maka peneliti akan semakin cermat dalam membuat laporan yang pada akhirnya laporan yang dibuat akan smakin berkualitas.

Dalam meningkatkan kecermatan dalam penelitian ini, peneliti mendapatkan beberapa informasi dari berbagai sumber seperti informasi peningkatan penggunaan aplikasi KAI Access yang didapat langsung dari PlayStore dan AppStore. Serta tidak lupa dengan membaca sumber penelitian terdahulu yang peneliti gunakan untuk mengimbangi penelitian ini.

c) Triangulasi

Wiliam Wiersma (1986) mengatakan triangulasi dalam pengujian kredibilitas diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai waktu. Dengan demikian terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data, dan waktu (Sugiyono, 2007:273).

- Triangulasi Sumber

  Untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Data yang diperoleh dianalisis oleh peneliti sehingga

menghasilkan suatu kesimpulan selanjutnya dimintakan kesepakatan (*member check*) dengan tiga sumber data (Sugiyono, 2007:274).

Dalam triangulasi sumber, peneliti melakukan pengecekan kembali mengenai data yang telah diambil, seperti data pengguna aplikasi KAI Access, data wawancara serta data kuesioner untuk membantu menarik suatu kesimpulan dalam penelitian ini.

- Triangulasi Teknik

  Untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Misalnya untuk mengecek data bisa melalui wawancara, observasi, dokumentasi.

  Bila dengan teknik pengujian kredibilitas data tersebut menghasilkan data yang berbeda, maka peneliti melakukan diskusi lebih lanjut kepada sumber data yang bersangkutan untuk memastikan data mana yang dianggap benar (Sugiyono, 2007:274).

  Dalam triangulasi teknik, peneliti melakukan pengecekan ulang wawancara dengan cara bertaya langsung kepada informan kunci dan informan pendukung melalui media WhatsApp yang berguna agar tidak terjadi *miss communication* dari jawaban yang telah ada pada sesi wawancara.

- Triangulasi Waktu

Data yang dikumpulkan dengan teknik wawancara di pagi hari pada saat narasumber masih segar, akan memberikan data lebih valid sehingga lebih kredibel.

Selanjutnya dapat dilakukan dengan pengecekan dengan wawancara, observasi atau teknik lain dalam waktu atau situasi yang berbeda. Bila hasil uji menghasilkan data yang berbeda, maka dilakukan secara berulang-ulang sehingga sampai ditemukan kepastian datanya (Sugiyono, 2007:274).

Dalam waktu wawancara, peneliti tidak menentukan langsung kapana wawancara dilakukan, akan tetapi peneliti meminta ketersediaan waktu kepada informan kunci dan informan pendukung.

Peneliti melakukan wawancara dengan informan kunci pada sore hari, dikarenakan pada pagi sampai sore informan kunci sedang bekerja dan sibuk. Meskipun demikian, informan kunci sangat antusias ketika diwawancarai oleh peneliti.

Berbeda dengan informan pendukung, yang dimana lima informan pendukung melakukan wawancara pada pagi hari dan siang hari, karena dilakukan pada saat akhir pecan.

d) Analisis Kasus Negatif

Melakukan analisis kasus negatif berarti peneliti mencari data yang berbeda atau bahkan bertentangan dengan data yang telah

ditemukan. Bila tidak ada lagi data yang berbeda atau bertentangan dengan temuan, berarti masih mendapatkan data-data yang bertentangan dengan data yang ditemukan, maka peneliti mungkin akan mengubah temuannya (Sugiyono, 2007:275).

Pada kasus ini, peneliti tidak menemukan temuan yang berbeda bahkan bertentangan dengan data yang ditemukan. Sehingga peneliti tidak mengubah temuannya sampai saat ini dikarenakan data-data yang didapatkan juga tidak bertentangan.

e) Menggunakan Bahan Referensi

Yang dimaksud referensi adalah pendukung untuk membuktikan data yang telah ditemukan oleh peneliti. Dalam laporan penelitian, sebaiknya data-data yang dikemukakan perlu dilengkapi dengan foto- foto atau dokumen autentik, sehingga menjadi lebih dapat dipercaya (Sugiyono, 2007:275).

Data yang ditemukan oleh peneliti dibuktikan dengan adanya gambar dan sumber yang terpercaya, sehingga dengan sumber yang dapat dipercaya dapat menjadikan penelitian ini dipercayai oleh penggunan.

f) Mengadakan *Membercheck*

Tujuan *membercheck* adalah untuk mengetahui seberapa jauh data yang diperoleh sesuai dengan apa yang diberikan oleh pemberi data. Jadi tujuan *membercheck* adalah agar informasi yang diperoleh dan akan digunakan dalam penulisan laporan sesuai dengan apa yang dimaksud sumber data atau informan (Sugiyono, 2007:276).

Data yang diperoleh sesuai dengan apa yang dibutuhkan serta

sesuai dengan apa yang diberikan oleh informan kunci. Sehingga dalam penelitian ini akan sesuai dengan informan dan data-data yang terkumpul.

2) *Transferability*

Transferability merupakan validitas eksternal dalam penelitian kualitatif. Validitas eksternal menunjukkan derajat ketepatan atau dapat diterapkannya hasil penelitian ke populasi di mana sampel tersebut diambil (Sugiyono, 2007:276).

Pertanyaan yang berkaitan dengan nilai transfer sampai saat ini masih dapat diterapkan/dipakai dalam situasi lain. Bagi peneliti nilai transfer sangat bergantung pada pengguna, sehingga ketika penelitian dapat digunakan dalam konteks yang berbeda di situasi sosial yang berbeda validitas nilai transfer masih dapat dipertanggungjawabkan.

Dalam penelitian ini, validitas eksternal dapat diterapkan hasil penelitian ke populasi di mana sampelnya adalah para pengguna aplikasi KAI Access yang ada di seluruh lapisan masyarakat Indonesia. Dapat dilihat sesuai dengan observasi yang telah dilakukan oleh peneliti adalah dengan adanya peningkatan pengguna aplikasi KAI Access yang didapat dari sumber terpercaya seperti dalam PlayStore dan AppStore.

Pertanyaan dalam penelitian ini juga bisa digunakan dan diterapkan dalam situasi lain seperti contoh telah terjadinya pandemic COVID-19 yang di mana masyarakat beralih dari layanan konvensional ke digital.

3) *Dependability*

Reliabilitas atau penelitian yang dapat dipercaya, dengan kata lain beberapa percobaan yang dilakukan selalu mendapatkan hasil yang sama.

Penelitian yang *dependability* atau reliabilitas adalah penelitian apabila penelitian yang dilakukan oleh orang lain dengan proses penelitian yang sama akan memperoleh hasil yang sama pula.

Pengujian *dependability* dilakukan dengan cara melakukan audit terhadap keseluruhan proses penelitian. Dengan cara auditor yang independen atau pembimbing yang independen mengaudit keseluruhan aktivitas yang dilakukan oleh peneliti dalam melakukan penelitian.

Misalnya bisa dimulai ketika bagaimana peneliti mulai menentukan masalah, terjun ke lapangan, memilih sumber data, melaksanakan analisis data, melakukan uji keabsahan data, sampai pada pembuatan laporan hasil pengamatan.

Dalam penelitian ini, telah dilakukan *dependability* atau melakukan audit dengan cara melakukan audit terhadap keseluruhan proses penelitian yang dilakukan oleh pembimbing peneliti, dari mulai menentukan focus penelitian, memasuki lapangan, menentukan sumber data, melakukan analisis data, melakukan uji kebasahan data, sampai membuat kesimpulan yang ditunjukan oleh peneliti.

4) Confirmability

Objektivitas pengujian kualitatif disebut juga dengan uji *confirmability* penelitian. Penelitian bisa dikatakan objektif apabila hasil penelitian telah disepakati oleh lebih banyak orang. Penelitian kualitatif uji *confirmability* berarti menguji hasil penelitian yang dikaitkan dengan proses yang telah dilakukan.

Apabila hasil penelitian merupakan fungsi dari proses penelitian yang dilakukan, maka penelitian tersebut telah memenuhi standar

confirmability. Validitas atau keabsahan data adalah data yang tidak berbeda antara data yang diperoleh oleh peneliti dengan data yang terjadi sesungguhnya pada objek penelitian sehingga keabsahan data yang telah disajikan dapat dipertanggungjawabkan.

Dalam penelitian ini, telah dilakukan proses uji hasil penelitian yang bersamaan dengan proses uji *dependability,* sehingga dalam penelitian ini ketika proses uji *dependability* selesai maka selanjutnya akan dilakukan proses uji *comfirmability.*

Seperti pemilihan focus penelitian yang akan *confirmability* oleh peneliti dan pembimbing. Memasuki lapangan seperti wawancara yang dilakukan secara terstruktur, maka prosesnya akan dikonfirmasi di akhir sebelum melakukan wawancara tersebut.

BAB IV
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Objek Penelitian

KAI Acces merupakan aplikasi terobosan terbaru dari PT. Kereta Api Indonesia (Persero). Aplikasi KAI Access ini didirikan pada tahun 2014 di bulan September yang bisa digunakan pada *smartphone* beroperasi sistem Android dan iOS. Aplikasi KAI Access mengalami tiga kali pergantian nama, yang sebelumnya di tahun 2011 aplikasinya bernama Kereta Api *Mobile Application* atau bisa disebut denga KABILA yang berbasis *Short Message Service* (SMS). Selanjutnya dirubah menjadi Kereta Api Indonesia *Official Mobile Application* yang hanya berbasis di operasi sistem Blackberry pada tahun 2013.

Peluncuran aplikasi KAI Access ini adalah sebagai alternatif dari *channel* penjualan tiket yang berbasis digital karena mengikuti perkembangan zaman di era revolusi industri 4.0. Tujuan lainnya adalah untuk memudahkan *customer* melakukan transaksi tanpa harus melakukan pembelian tiket kereta di stasiun.

Dalam penelitian ini, peneliti berhasil melakukan wawancara secara virtual melalui aplikasi *Zoom Meeting* dengan informan kunci, yaitu bapak Muhammad Nauval Hidayantho pada tanggal 24 Maret 2020. Beliau adalah seorang *junior manager business development* dari PT. Kereta Api Indonesia (Persero) yang salah satu tugasnya adalah untuk menangani aplikasi KAI Access.

Selain melakukan wawancara dengan informan kunci, peneliti juga melakukan wawancara secara *virtual* melalui *Zoom Meeting* dengan

informan pendukung, yaitu dengan lima orang pengguna aplikasi KAI Access yang dipilih secara acak sesuai dengan syarat yang telah ditentukan seperti informan pendukung adalah pengguna aktif aplikasi KAI Access.

Informan pendukung pertama yang peneliti wawancara adalah ibu Rima Rachmawati pada tanggal 28 Maret 2021, beliau adalah seorang karyawan disalah satu bank swasta di Indonesia. Beliau berumur 25 tahun yang berdomisili di Tangerang, Banten. Akan tetapi, beliau berasal dari Kota Bandung, Jawa Barat. Ibu Rima Rachmawati sangat antusias sekali menjawab pertanyaan-pertanyan yang diajukan peneliti juga lugas dan jujur. Cara menjawab pertanyaan yang peneliti ajukan juga sangatlah berkesan.

Informan pendukung kedua yang peneliti wawancarai ialah bapak Giri Cahyo Hartono pada tanggal 29 Maret 2021. Beliau adalah seorang karyawan swasta dan berdomisili di Jakarta Pusat yang berasal dari Klaten, Jawa Tengah. Beliau saat ini berumur 25 tahun, beliau juga sangat antusias dengan pertanyaan-pertanyaan yang peneliti tanyakan sehingga cara menjawab beliau pun sangatlah sesuai dengan pengalaman beliau memakai aplikasi KAI Acces yang sudah lama.

Informan pendukung ketiga yang peneliti wawancarai bernama bapak Muhamad Chaerul Adha pada tanggal 29 Maret 2021, beliau seorang wirausaha yang bergerak dibidang jasa travel. Beliau berumur 30 tahun dan berdomisili di Kota Bandung Jawa Barat. Beliau juga sangat mudah menjelaskan jawaban yang peneliti ajukan pertanyaannya kepada beliau, karena beliau juga pengguna aplikasi KAI Access yang aktif dengan keperluan perjalanan bisnis dan keluarga.

Informan pendukung keempat yang peneliti wawancarai yaitu seorang

dosen di Universitas Muhammadiah Tasikmalaya yang bernama bapak Bayu Himawan pada tanggal 29 Maret 2021. Beliau berdomisili di Boyolali, Jawa Tengah yang berasal dari Bengkulu. Beliau sangat antusias ketika menjawab semua pertanyaan yang peneliti tanyakan. Beliau merupkan pengguna aktif aplikasi KAI Access sejak 2018, beliau memesan tiket kereta api di aplikasi KAI Access untuk keperluan kerja di Tasikmalaya, Jawa Barat.

Informan pendukung yang terakhir adalah seorang mahasiswi dari Universitas Sangga Buana YPKP Bandung yang bernama Resa Putri Rahayu. Wawancara tersebut dilakukan pada tanggal 30 Maret 2021. Beliau berumur 20 tahun yang berasal dari Rancaekek, Kabupaten Bandung, Jawa Barat. Beliau merupakan pengguna aplikasi KAI Access sejak 2018 karena kebutuhan untuk pergi kuliah ke Kota Bandung. Beliau sangat lancar ketika diberikan pertanyaan mengenai penelitian ini.

Peneliti juga melakukan penyebaran kuesioner kepada pengguna dari aplikasi KAI Access yang tersebar dibeberapa provinsi di Indonesia. Dalam penelitian ini, jumlah pengguna yang menggunakan aplikasi KAI Access berjumlah 42 pengguna. Hal ini bertujuan untuk memperkuat apakah aplikasi KAI Access yang dirasakan oleh *customer* sudah efektif atau belum. Dalam penyebaran kuesioner, peneliti mencantumkan syarat khusus untuk mengisi kuesioner tersebut, syaratnya adalah pengguna harus merupakan pengguna atau pernah menggunakan aplikasi KAI Access.

4.2. Hasil Penelitian

Setelah peneliti melakukan penelitian pada aplikasi KAI Access dengan metode wawancara dan dokumentasi kepada pihak informan kunci, informan pendukung serta dengan metode penyebaran kuesioner kepada

customer atau pengguna dari aplikasi KAI Access, dapat dipaparkan temuan penelitian sebagai berikut :

a. Bagaimana kualitas informasi (*information quality*) dari *mobile application* KAI Access?

Menurut bapak Muhammad Nauval Hidayantho selaku informan kunci, informasi yang dimuat dalam aplikasi KAI Access pasti diperbaharui secara berkala terutama dalam hal informasi berita. Akan tetapi, tidak ada jadwal khusus yang rutin karena setiap informasi yang dimuat akan dimunculkan tanggal *update*-nya. Informasi yang dimuat dalam aplikasi KAI Access juga diambil dari *website* Kereta Api Indonesia, informasi dari website tersebut dikelola oleh pihak Hubungan Masyarakat (Humas) PT. Kereta Api Indonesia (Persero).

Menurut informan pendukung bapak Bayu Himawan dalam wawancaranya, dari segi informasi jarang mengakses karena tidak adanya notifikasi dari aplikasi KAI Access mengenai informasi terbaru. Itu menjadi salah satu perhatian khusus untuk meningkatkan kualitas informasi yang ada, ditambah PT Kereta Api Indonesia (Persero) tidak memberikan diskon promo terlalu banyak.

Menurut bapak Giri Cahyo Hartono sebagai informan pendukung dalam wawancaranya mengatakan bahwa informasi yang dimuat dalam aplikasi KAI Access sudah sesuai karena infromasinya cukup jelas dan tidak membingungkan. Informasi yang diberikan juga selalu di-*update* apalagi dengan sekarang yang sedang musim penyakit pandemi COVID-19. Tetapi, bapak Giri juga mengatakan hal

yang sama dengan bapak Bayu karena tidak adanya notifikasi masuk dari aplikasi KAI Access saat ada *update* informasi.

Menurut bapak Muhamad Chaerul Adhasebagai informan pendukung dalam wawancaranya mengatakan bahwa informasi yang dimuat dalam aplikasi KAI Access mudah dipahami karena bahasa dari informasi tersebut sangatlah ringan, mulai dari perintah, petunjuk serta informasinya cukup dipahami dan sesuai dengan apa yang diharapkan. Bapak Chaerul juga mengatakan bahwa informasi yang diperlukan untuk saat ini adalah informasi mengenai protokol kesehatan yang dimana informasi tersebut sering dirubah-rubah yang membuat pengguna kereta api menjadi bingung.

Menurut informan pendukung selanjutnya, yaitu ibu Resa Putri Rahay udalam wawancaranya mengatakan bahwa informasi yang dimuat dalam aplikasi KAI Access sudah bagus dan sudah sesuai dengan apa yang diharapkan karena ter-*update* secara berkala yang sangat membantu para pengguna untuk mendapatkan informasi. Akan tetapi, perlu lebih ditambahkan informasi mengenai protokol kesehatan yang selalu berubah-rubah.

Menurut informan pendukung atas nama ibu Rima Rachmawati dalam wawancaranya mengatakan bahwa informasi yang dimuat dalam aplikasi KAI Access sangat jelas dan diperbaharui secara berkala, karena informasi dari protokol kesehatan di masa sekarang itu sangat penting. Tentunya harus ada penmabahan informasi terkait promo dan diskon yang disediakan oleh PT Kereta Api Indonesia (Persero).

b. Bagaimana kualitas layanan (*service quality*) dari *mobile application* KAI Access?

Menurut bapak Muhammad Nauval Hidayantho, layanan dari aplikasi KAI Access ini tidak merubah semua struktur layanannya dari konvensional ke layanan digital. Layanan konvensional masih tetap ada akan tetapi jumlah dari layanan konvensional dikurangi yang diadopsi menjadi digital. Layanan konvensional juga bisa disebut dengan layanan pembelian tiket kereta api dimana penumpang kereta api masih harus pergi ke loket stasiun untuk melakukan transaksinya.

Menurut bapak Muhammad Nauval Hidayantho juga banyak sekali layanan yang diberikan dalam aplikasi KAI Access, seperti pemesanan tiket kereta api antar kota, lokal dan kereta api bandara, penambahan tiket dari *e-commerce* lain, pembatalan serta pengubahan jadwal, Lokomart, berita yang dimuat di aplikasi, metode pembayaran yang beragam dengan *cashless*, reduksi atau potongan harga bagi pihak terkait serta integrasi antar moda seperti taksi.

Layanan yang ada di aplikasi KAI Access secara umum telah menjawab semua kebutuhan konsumen, karena aplikasi KAI Access juga sebelumnya menganalisa kebutuhan pasar.

Untuk proses pengaduan terkait layanan atau fitur yang ada pada aplikasi KAI Access, penumpang kereta api dan/atau pengguna aplikasi KAI Access dapat mengunjungi *customer service* yang ada di stasiun ataupun menghubungi *call center* 121, karena khusus pengaduan semua layanan dilakukan secara satu pintu. Pengaduan juga bisa melalui media sosial seperti Instagram dan Twitter yang

akan merespon cepat tanggapan dari *customer*.

PT. Kereta Api Indonesia (Persero) akan selalu mengikuti perkembangan zaman untuk memperbaiki atau membenahi aplikasi KAI Access. Contohnya seperti dahulu belum ada pembayaran melalui *e-wallet* yang belum menjadi suatu kebutuhan pada saat itu. Akan tetapi, seiring berjalannya waktu semua pembayaran yang ada di aplikasi KAI Access telah tersedia, seperti pembayaran kartu debit atau kredit, transfer ATM, *mobile banking, internet banking, e-wallet*, QRIS, gerai retail, *payment point, instant payment* dan pembayaran menggunakan Railpoint. Railpoint adalah program loyalitas milik PT. Kereta Api Indonesia (Persero) yang dimana setiap *customer* yang terdaftar sebagai *member basic* atau *premium* akan mendapatkan Railpoint setiap pembelian tiket kereta api. Railpoint yang dikumpulkan dapat digunakan untuk pembayaran tiket kereta api. Contoh berikutnya adalah fitur *e-boarding pass*, dengan fitur *e-boarding pass* ini PT. Kereta Api Indonesia (Persero) memberikan kemudahan kepada penumpang kereta api dan/atau pengguna aplikasi KAI Access agar tidak perlu antri di mesin *Check-in Counter* yang terdapat di stasiun untuk mencetak *boarding pass*. *Customer* cukup melakukan penggunaan *e-boarding pass* di aplikasi KAI Access untuk proses *boarding*, dengan fitur *e-boarding pass* selain menghemat waktu juga *paperless*.

Untuk kedepannya, fitur dari aplikasi KAI Access yang akan dikembangkan oleh PT. Kereta Api Indonesia (Persero) untuk menangkap peluang bisnis menyesuaikan dengan kebutuhan sesuai

dengan zamannya atau periodenya. Contohnya untuk saat ini adalah zaman pandemi COVID-19, pihak PT. Kereta Api Indonesia (Persero) memfokuskan lebih kepada protokol kesehatan untuk menggunakan moda transportasi kereta api, seperti penambahan layanan GeNose C19 yang bisa di *booking* melalui aplikasi KAI Access. Hanya saja untuk pemesanan GeNose C19 ini baru terlaksana di beberapa stasiun saja, untuk kedepannya mungkin diterapkan di semua stasiun kereta api dan ini juga akan dilihat dari kebutuhan sesuai dengan zamannya atau periodenya.

Menurut data dari PlayStore Android dan AppStore iOS, layanan aplikasi KAI Access masih mendapatkan *rating* yang relatif rendah di AppStore iOS dengan perolehan 2,1/5 dan di PlayStore Android dengan perolehan 3,9/5. Hal tersebut tentunya akan mengarah ke perbaikan dari sistemnya sendiri. Semua keluhan, kendala dansaran terkait aplikasi KAI Access dari pengguna yang sudah disampaikan ke *customer service* KAI atau *contact center* 121 nantinya akan direkap dan dijadikan evaluasi untuk perbaikan aplikasi KAI Access, begitu pula dengan keluhan, kendala dan saran yang disampaikan *customer* di kolom komentar AppStore dan PlayStore.

Menurut bapak Bayu Himawan selaku informan pendukung dalam wawancaranya mengakatakan bahwa layanan yang diberikan dalam aplikasi KAI Access seperti pemesanan tiket api, perubahan jadwal keberangkatan, pembatalan tiket kereta api dan juga layanan dari customer service sangat memudahkan apalagi hal yang dirasakan oleh beliau sangat memudahkan ketika beliau memesan tiket kereta

api tidak usah mengetik lagi data pribadi karena sudah ada di aplikasi tersebut. Beliau juga pernah menghadapi eror aplikasi yang beliau lakukan adalah menghubungi *customer care* atau membuat *story* di Instagram dan memberikan sebutan pada akun PT Kereta Api Indonesia. Beliau juga merasakan beberapa kendala seperti setahun yang lalu ketika ada *update* aplikasi beliau harus *log-in* kembali. Sempat juga kendala disalah *password* ketika *log-in* akan tetapi yang dirasakan bapak Bayu sudah memasukan *password* yang benar, serta kendala dari tidak adanya notifikasi pada aplikasi ketika ada informasi mengenai diskon dan berita yang dimuat dalam aplikasi KAI Access.

Menurut bapak Giri Cahyo Hartono selaku informan pendukung dalam wawancaranya mengatakan bahwa layan yang diberikan sangat memudahkan dan belum pernah terjadi eror, layanan tersebut berupa pemesanan tiket kereta api, pemilihan kursi dan jadwal kereta api, pembatalan tioket serta pengajuan *refund*. Kendala yang dirasakan oleh bapak Giri adalah pada saat mendaftar, beliau salah memasukan Nomor Induk Kependudukan (NIK), hal tersebut tidak bisa diubah oleh pengguna dan dampaknya beliau harus mengetik ulang ketika pemesanan tiket kereta api. Beliau juga mengatakan bahwa tidak adanya notifikasi pada saat ada informasi ataupun berita yang dimuat dalam aplikasi KAI Access. Akan tetapi, beliau mengatakan sejauh ini aplikasi KAI Access sangat memudahkan.

Menurut bapak Muhamad Chaerul Adha selaku informan pendukung dalam wawancaranya mengatakan bahwa layanan yang

diberikan dalam aplikasi KAI Access sangat memudahkan, layanan yang diberikan dalam aplikasi KAI Access tersebut seperti pemesanan tiket kereta api jarak jauh dan lokal, pemesanan makanan dan *point reward*. Bapak Chaerul mengaku bahwa pernah terjadi eror aplikasi yang beliau lakukan adalah menghubungi *customer care* melalu sosial media. Serta ada beberapa kendala seperti melakukan reservasi terlalu lama dan juga pada saat *high season* tidak adanya penambahan lagi kursi dari kereta api.

Menurut ibu Resa Putri Rahayu selaku informan pendukung dalam wawancaranya mengatakan bahwa layanan yang diberikan dalam aplikasi KAI Access seperti pemesana tiket kereta api jarak jauh dan lokal, pembatalan tiket kereta api, perubahan jadwal keberangkatan, pemesanan kereta api bandara dan juga penambahan pemesanan tiket kereta api. Akan tetapi ibu Resa mengatakan dalam perihal transaksi kurang efisien karena harus membuka aplikasi lain dan juga kendala seperti eror, akan tetapi hal tersebut tidak diadukan kepada pihak terkait melainkan didiamkan saja dan menunggu aplikasi KAI Access normal kembali.

Menurut ibu Rima Rachmawati selaku informan pendukung dalam wawancaranya mengatakan bahwa layanan yang dimuat dalam aplikasi KAI Access sangat memudahkan, seperti perubahan jadwal keberangkatan, pemabatalan tiket dan cek status pemesanan dengan menggunakan aplikasi KAI Access. Beliau juga belum pernah mengalami eror pada aplikasi KAI Access, tetapi belaiu ketika melakukan pembayaran tiket kereta api yang tiba-tiba *loading* dan

reload sendiri, dampaknya harus memulai keawal lagi untuk pemesanan tiket kereta api.

c. Bagaimana penggunaan (*use*) dari *mobile application* KAI Access?

Untuk alur pengguna memesan tiket dan pengunaan tiketnya dari aplikasi KAI Access ini terbilang sangat mudah, dapat dilihat dari cara berikut :

Untuk pemesanan tiket :

1) Masuk/daftar terlebih dahulu untuk membuat akun di aplikasi KAI Access.
2) Setelah daftar pada menu beranda, masukan stasiun asal dan tujuan serta tanggal keberangkatan serta kelas kerta dan jumlah penumpang.
3) Klik cari untuk mencari tiket kereta yang tersedia.
4) Pilih salah satu kereta yang akan ditumpangi.
5) Masukan detail kontak dan detail penumpang dengan menggunakan informasi pribadi.
6) Pilih kursi yang tersedia dan klik ok setelah memilih.
7) Klik lanjutkan untuk pembayaran.
8) Lihat rincian pemesanan dan klik bayar sekarang.
9) Pilih metode pembayaran yang akan digunakan

Untuk menggunakan tiket kereta :

1. Sebelum berangkat menggunakan kereta api, penumpang harus melakukan *boarding* terlebih dahulu dengan menunjukan *boarding pass* atau *e-boarding pass*.

2. Jika ingin menggunakan *boarding pass* penumpang harus *check-in* terlebih dahulu di mesin *check-in counter* yang ada di stasiun untuk mencetaknya.
3. Atau jika ingin menggunakan *e-boarding pass* bisa langsung digunakan melalui aplikasi KAI Access. Fitur *check-in* di aplikasi KAI Access akan aktif dua jam sebelum keberangkatan kereta api dan nantinya akan keluar *e-boarding pass.*
4. Siapkan kartu identitas yang sesuai pada saat pengisian pemesanan tiket kereta api.
5. Tunjukan kartu identitas dan *boarding pass* atau *e-boarding pass* ke petugas *boarding* untuk pemeriksaan.
6. *Scan barcode* yang tertera di *boarding pass* atau *QR code* yang tertera di *e-boarding pass*.
7. Naik kereta dengan sesuai nama kereta api, tujuan dan nomor kursi.

Untuk proses *cancel* tiket kereta api yang telah dipesan dan dibayar bisa melalui tahapan berikut :

1) Masuk ke aplikasi KAI Access
2) Masuk ke menu "*Ticket*" pada menu ini pilih kode *booking* untuk tiket yang dibatalkan.
3) Setelah memilih kode *booking* yang akan dibatalkan, akan masuk ke halaman detail tiket, pilih tombol pembatalan atau *cancellation*, tombol ini akan aktif maksimal tiga jam sebelum keberangkatan kereta api.

4) Tunggu pengembalian dana sesuai dengan rekening yang telah didaftarkan, pengembalian dana membutukan waktu 30 hari.

Untuk pengguna memperoleh informasi dari aplikasi KAI Access bisa digunakan cara berikut :

1) Buka aplikasi KAI Access
2) *Scrool* kebawah dan temukan menu Berita.
3) Klik lihat semua untuk melihat semua informasi yang dimuat.

Selain cara-cara pemesana tiket, penggunaan tiket, *cancel* tiket dan perolehan informasi juga pengguna bisa merubah data informasi pribadi dan menambahkan maksimal 15 penumpang dalam satu akun di aplikasi KAI Access. akan tetapi, untuk mengubah nomor telepon seluler itu tidak bisa dilakukan oleh pengguna, hanya bisa diubah oleh pihak PT. KAI yang bisa menghubungi *contact center* atau *customer service*.

Menurut bapak Bayu Himawan selaku informan pendukung dalam wawancaranya mengatakan bahwa pada proses pemesanan tiket kereta api di aplikasi KAI Access dari mulai buka aplikasi samapi dengan *e-ticket* terbit itu sangat efisien dan mudah, didukung dengan pembayaran yang sudah melalui banyak cara digital. Pada proses pembatalannya juga tinggal memasukan data pribadi dan nomor rekening penerima. Beliau juga melakukan perjalan dengan kereta api karena untuk keperluan kerja.

Menurut bapak Giri Cahyo Hartono selaku informan pendukung dalam wawancaranya mengatakan bahwa pada proses

pemesanan tiket kereta api di aplikasi KAI Access seperti mulai dari *log-in* kemudian memasukan infromasi keberangkatan di tanggal berapa sampai proses pemabayarnya sangat efisien dan aman. Bapak Giri belum pernah melakukan pembatalan tiket kereta api. Beliau juga melakukan perjalanan dengan kereta api untuk keperluan pulang ke kampung halamannya serta untuk perjalanan bisnis di luar kota yang masih daerah Pulau Jawa.

Menurut bapak Muhamad Chaerul Adha selaku informan pendukung dalam wawancaranya mengatakan bahwa proses pemesanan tiket kereta api di aplikasi KAI Access sangat memudahkan pengguna, khususnya ada fitur paperless yang sangat efektiv dalam percepatan waktu dan tidak usah mengantri. Beliau belum pernah melakukan pembatalan tiket kereta api di aplikasi KAI Access. Beliau menggunakan kereta api untuk keperluan bisnis dan keperluan keluarga.

Menurut ibu Resa Putri Rahayu selaku informan pendukung dalam wawancaranya mengatakan bahwa dalam proses pembelian tiket kereta api di aplikasi KAI Access sangat mudah dan efisien karena bisa memilih kursi. Ibu Resa juga pernah melakukan pembatalan tiket kereta api di aplikasi KAI Access dengan hanya memasukan data pribadi dan memasukan nomor rekening pribadi. Ibu Resa melakukan perjalanan dengan menggunakan kereta api untuk pergi ke kampus dan berlibur.

Menurut Rima Rachmawati selaku informan pendukung dalam wawancaranya mengatakan bahwa pada proses pemesanan

tiket kereta api di aplikasi KAI Access sangat efisien dan mudah, karena ketika tidak ada jadwal kereta di tanggal yang dipilih bisa langsung digeser ke tanggal berikutnya tanpa harus setting ulang. Ibu Rima juga pernah melakukan pembatalan tiket kereta api di aplikasi KAI Access dengan cara klik bagian pembatalan dan masukan data diri. Ibu Rima melakukan perjalanan dengan kereta api untuk keperluan pulang ke kampung halaman dan untuk keperluan keluarga.

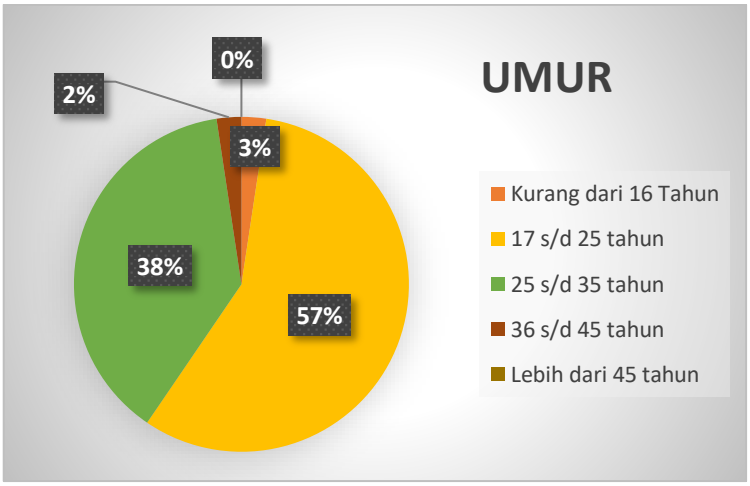
d. Bagaimana kepuasan pengguna (*user satisfaction*) dari *mobile application* KAI Access?

Menurut data yang telah didapatkan melalui penyebaran kuesioner mengenai efektivitas penerapan aplikasi KAI Access yang dilakukan oleh 42 reponden, berikut adalah hasil ke-42 pengguna :

a) Usia

Dominan usia yang menggunakan aplikasi KAI Access dari PT. Kereta Api Indonesia adalah usia produktif. Dalam klasifikasinya, usia 17 tahun sampai dengan 35 tahun paling banyak. Disusul oleh usia 25 tahun sampai dengan 35 tahun.

Berikut adalah grafik hasil kuesioner pada bagian usia :

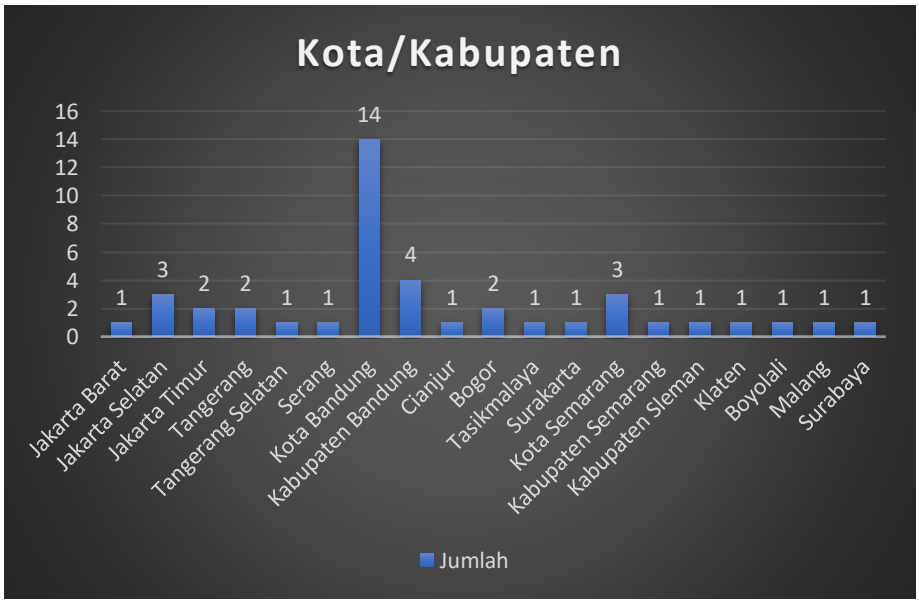


Gambar 4. 1 Grafik Usia

Sumber : Kuesioner yang diolah oleh peneliti

b) Kota/Kabupaten

Dalam kuesioner persebaran kota atau kabupaten domisili di pulau Jawa, Bandung raya dan Jakarta mendominasi dalam penelitian ini. Dapat dilihat dalam diagram berikut mengenai persebaran kota atau kabupaten.

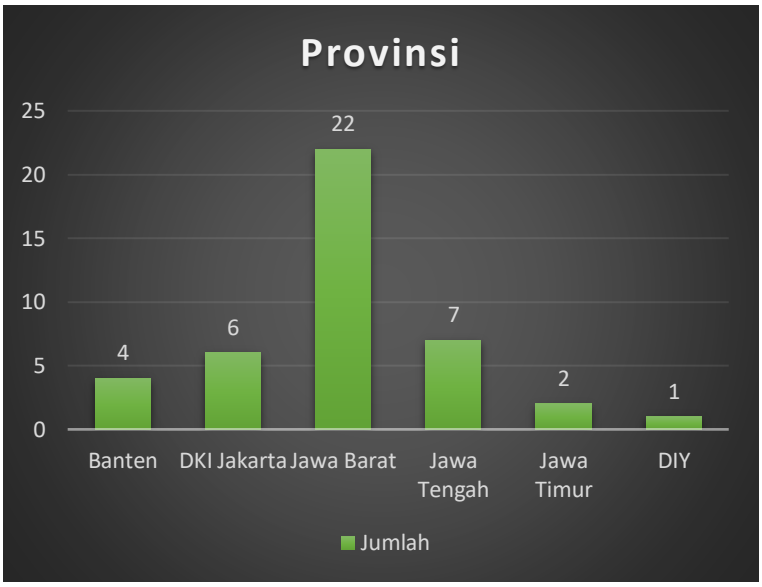


Gambar 4. 2 Persebaran Kota/Kabupaten

Sumber : Kuesioner yang diolah oleh peneliti

c) Provinsi

Berhubungan langsung dengan persebaran kota atau kabupaten bahwa provisi Jawa Barat banyak berpartisipasi atas penelitian ini. Dapat dilihat dari diagram berikut :



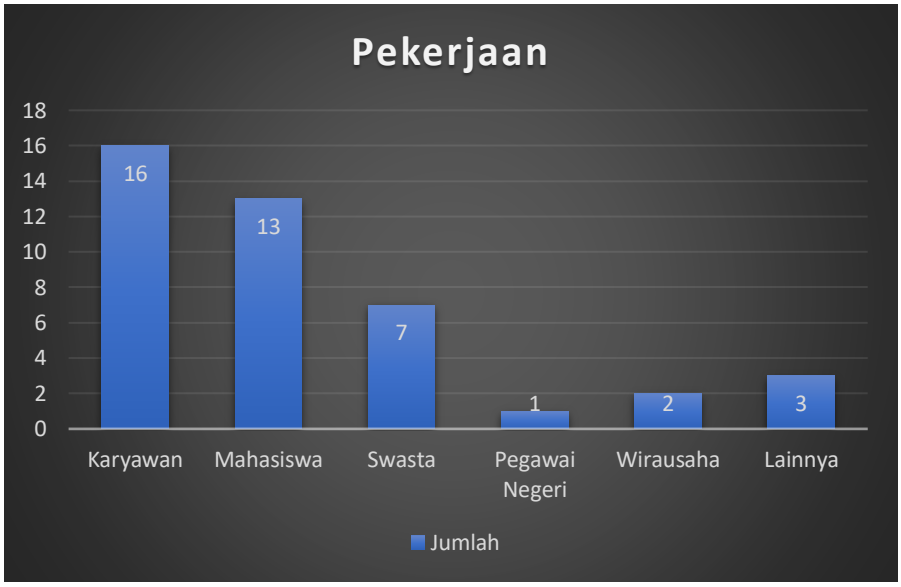
Gambar 4. 3 Persebaran Provinsi di Indonesia

Sumber : Kuesioner yang diolah oleh peneliti

d) Pekerjaan

Dalam jenis pekerjaan dari keseluruhan merupakan karyawan. Biasanya memang karyawan yang membutuhkan akses yang sangat mudah. Disusul oleh mahasiswa dari keseluruhan.

Dapat dilihat dari diagram yang telah disajikan seperti berikut :

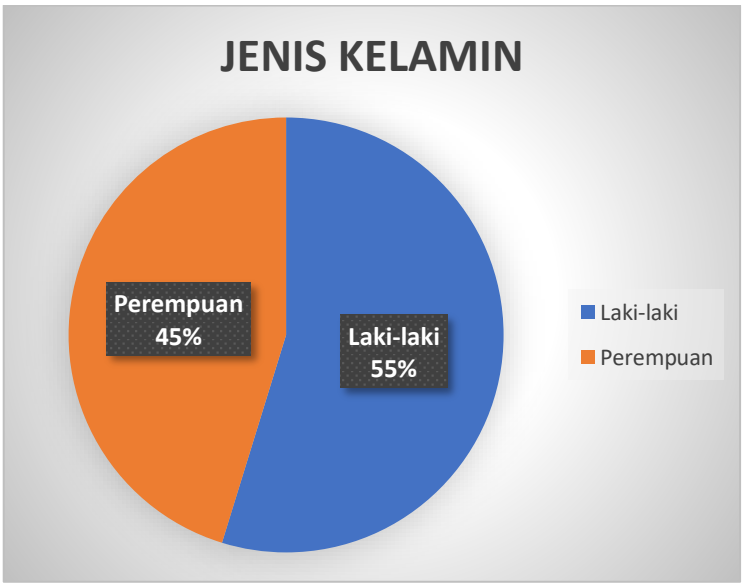


Gambar 4. 4 Jenis Pekerjaan

Sumber : Kuesioner yang diolah oleh peneliti

e) Jenis Kelamin

Dalam jenis kelamin, tidak ada perbedaan yang sangat jauh antara laki-laki dan perempuan. Laki-laki lebih banyak sedikit. Dapat dilihat diagram berikut :



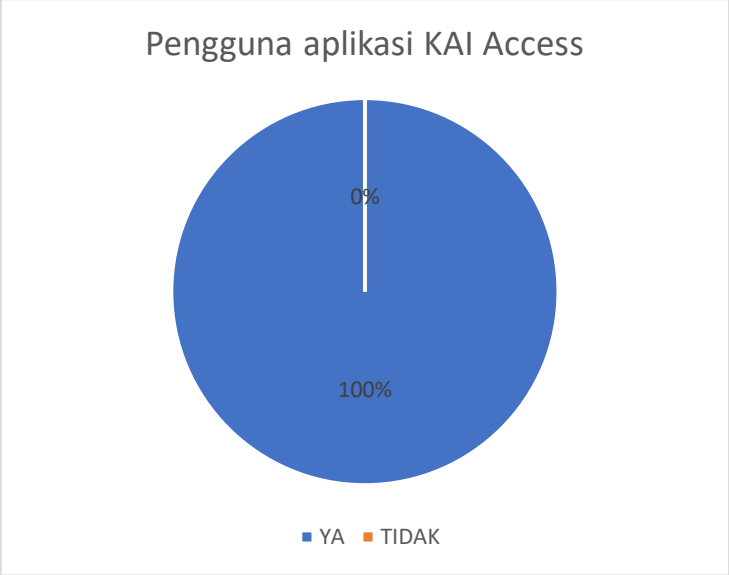
Gambar 4. 5 Jenis Kelamin

Sumber : Kuesioner yang diolah oleh peneliti

f) Apakah anda pengguna aplikasi KAI Access?

Semua pengguna adalah pengguna dari aplikasi KAI Access. Hal ini juga menjadi suatu syarat pengisian kuesioner yaitu adalah pengguna atau yang pernah menggunakan aplikasi KAI Access.

Berikut adalah diagram pengguna aplikasi KAI Access :



Gambar 4. 6 Pengguna Aplikasi KAI ACCESS

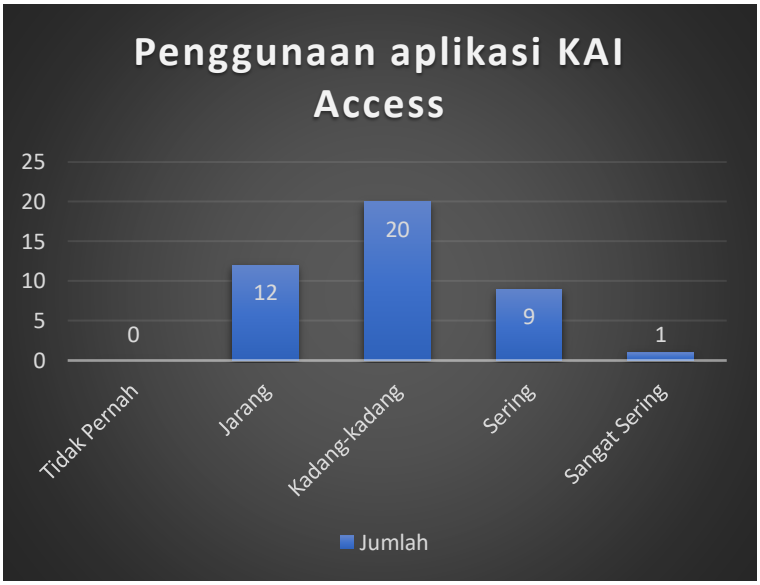
Sumber : Kuesioner yang diolah oleh peneliti

g) Seberapa sering anda menggunakannya?

Dari semua pengguna yang menggunakan aplikasi KAI Access, dominan pengguna aplikasi menjawab kadang-kadang menggunakan aplikasi KAI Access. Hal ini ada kaitannya dengan *e-commerce* lain yang bisa menjual tiket kereta api dan memberikan promo atau diskon lebih banyak.

Dapat dilihat diagram hasil dari penggunaan aplikasi

KAI Access oleh konsumen :



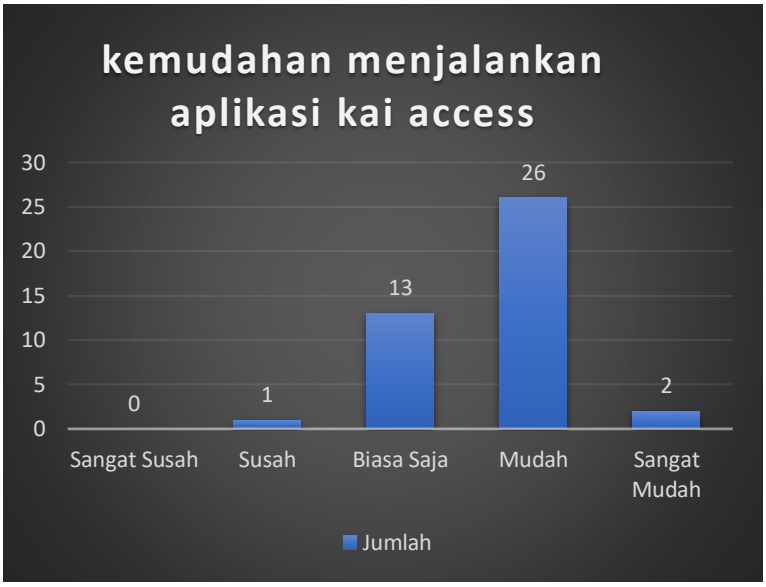
Gambar 4. 7 Menggunakan Aplikasi KAI ACCESS

Sumber : Kuesioner yang diolah oleh peneliti

h) Apakah aplikasi KAI Access mudah untuk dijalankan?

Lebih dari setengah pengguna dari keseluruhan menyatakan bahwa mudah untuk menggunakan aplikasi KAI Access. Ini dikarenakan pihak PT. Kereta Api Indonesia (Persero) dan pihak lain seperti *blogger* memberikan informasi terhadap penggunaan aplikasi KAI Access. Bahkan video tutorial penggunaan aplikasi KAI Access di *platform* video juga banyak yang mengunggah.

Berikut adalah diagram dari kemudahan menjalankan aplikasi KAI Access menurut *customer* :



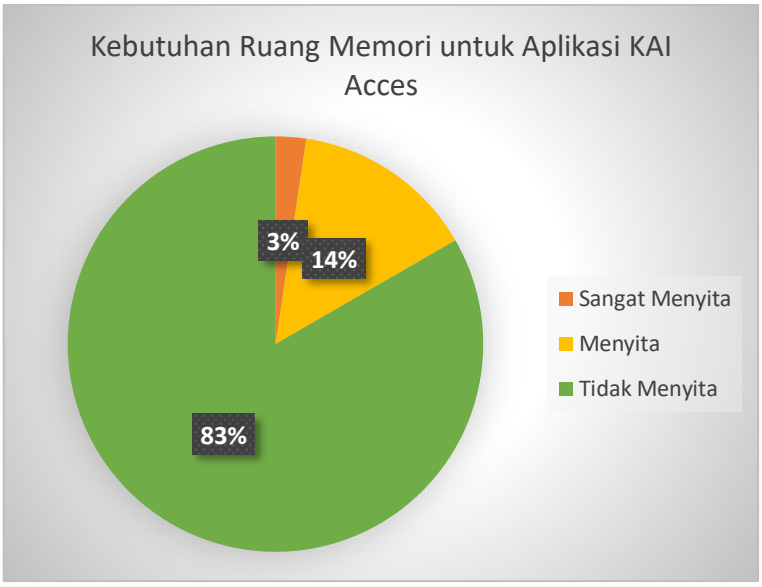
Gambar 4. 8 Kemudahan Menggunakan Aplikasi

Sumber : Kuesioner yang diolah oleh peneliti

i) Apakah aplikasi KAI Access menyita ruang memori ponsel anda?

Hampir semua pengguna mengatakan bahwa mereka menggunakan aplikasi KAI Access di *gadget* mereka tidak menyita ruang memori yang terlalu besar. Hal ini juga ada kaitannya dengan kemudahan menggunakan aplikasi KAI Access, karena jika terlalu menyita ruang memori di gadget akan memperburuk peforma aplikasi.

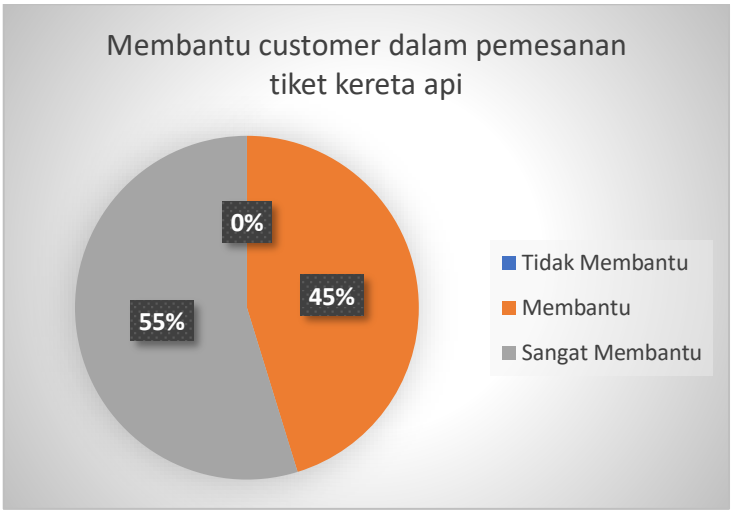
Berikut adalah diagram dari kebutuhan ruang memori untuk penyimpanan aplikasi KAI Access di *gadget customer* :



Gambar 4. 9 Kebutuhan Ruang Memori

Sumber : Kuesioner yang dikelola oleh peneliti

j) Apakah aplikasi KAI Access membantu dalam memesan tiket kereta API?



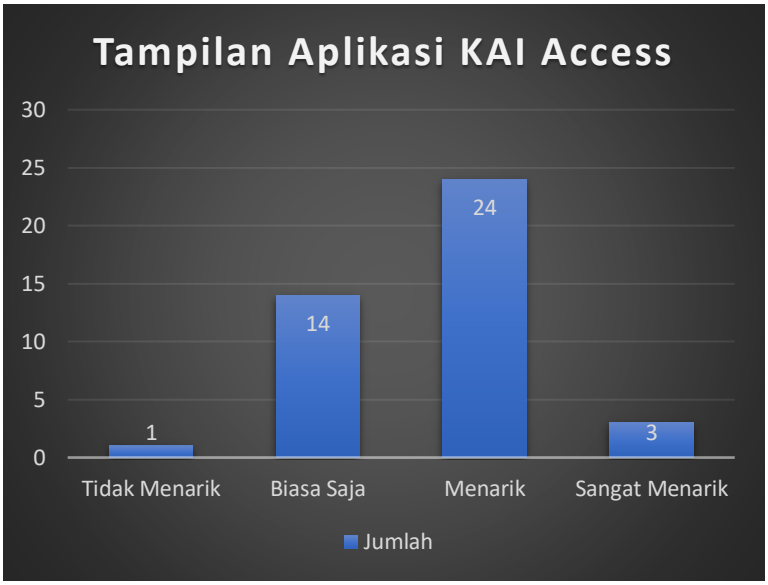
Gambar 4. 10 Membantu Customer dalam Pemesanan Tiket

Sumber : Kuesioner yang diolah oleh peneliti

Dari diagram gambar 4.10 dapat dikatakan bahwa semua pengguna menjawab aplikasi KAI Access dapat membantu bahkan sangat membantu dalam pemesanan

tiket kereta api yang didukung dengan data dari *customer* bahwa pengguna mengatakan aplikasi KAI Access ini sangat mudah digunakan, sehingga *customer* dapat mengatakan aplikasi KAI Access dapat sangat membantu untuk pemesanan tiket melalui digital.

k) Menurut anda, apakah tampilan aplikasi KAI Access menarik?



Gambar 4. 11 Tampilan Aplikasi KAI ACCESS

Sumber : Kuesioner yang diolah oleh peneliti

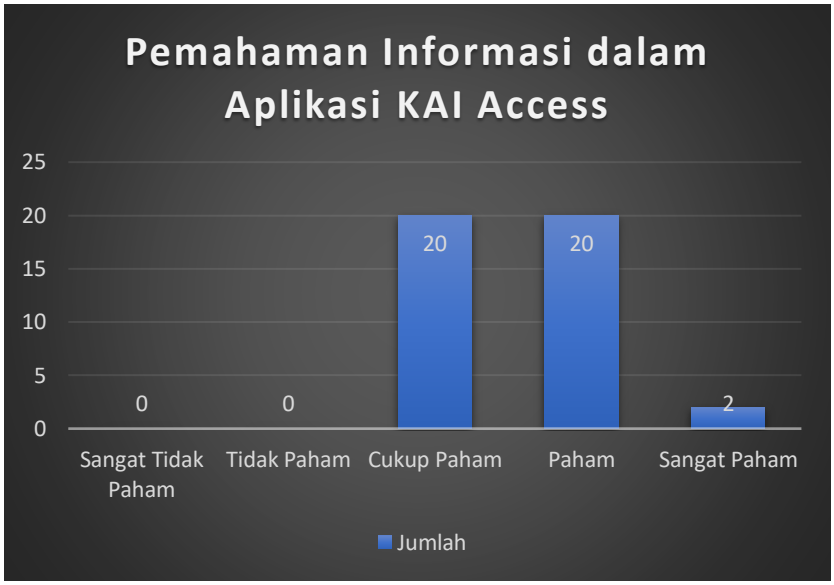
Dari data yang ditampilkan menurut *customer*, lebih dari setengah pengguna dari keseluruhan mengatakan bahwa tampilan dari aplikasi KAI Access ini menarik, dengan *interface* yang mendukung serta kemudahan penggunaannya dapat dikatakan menarik.

l) Apakah anda memahami setiap informasi yang dimuat dalam aplikasi KAI Access?

Berdasarkan data diagram dalam gambar 4.12 yang

disajikan, bahwa dapat dikatakan bahwa semua pengguna dapat memahami informasi yang dimuat dalam aplikasi KAI Access. Pemahaman tersebut digambarkan dengan pengguna yang menjawab cukup paham dan paham.

Berikut adalah hasil olahan data dari kuesioner yang diisi oleh pengguna :



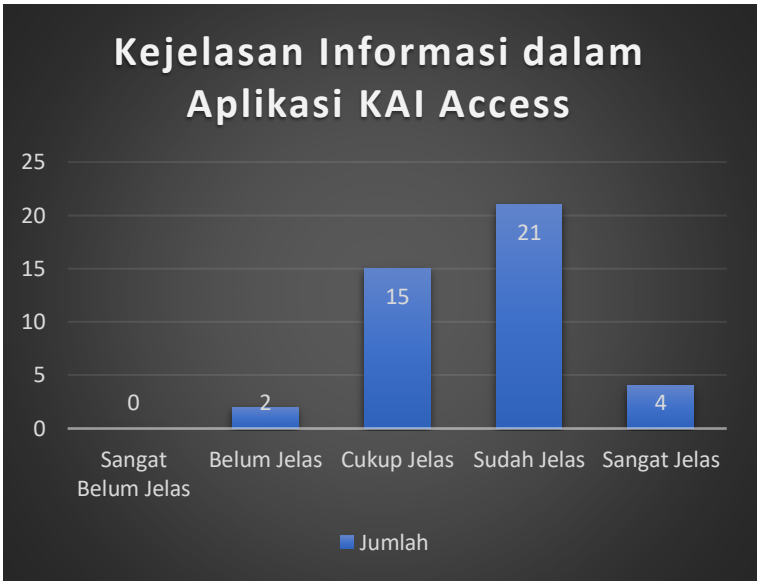
Gambar 4. 12 Pemahaman Informasi di Aplikasi KAI ACCESS

Sumbe : Kuesioner yang diolah oleh peneliti

m) Apakah informasi yang diberikan sudah jelas?

Kejelasan infomasi yang dimuat didalam aplikasi KAI Acces, setengah dari keseluruhan pengguna mengatakan sudah jelas dengan informasi yang dimuat dalam aplikasi KAI Access, sedangkan sebagian pengguna mengatakan cukup jelas dengan informasi yang dimuat. Hal ini juga terbukti dengan pernyataan sebelumnya mengenai pemahaman informasi yang dimuat dalam aplikasi KAI Access yang seluruh respon menjawab paham akan

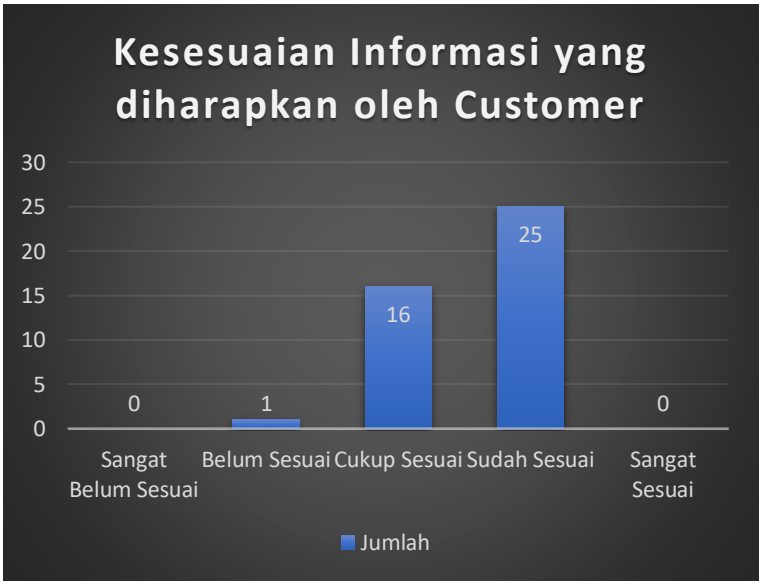
informasi yang dimuat



Gambar 4. 13 Kejelasan Informasi dalam Aplikasi KAI ACCESS

Sumber : Kuesioner yang diolah oleh peneliti

n) Apakah informasi yang diberikan sudah sesuai dengan apa yang anda harapkan?



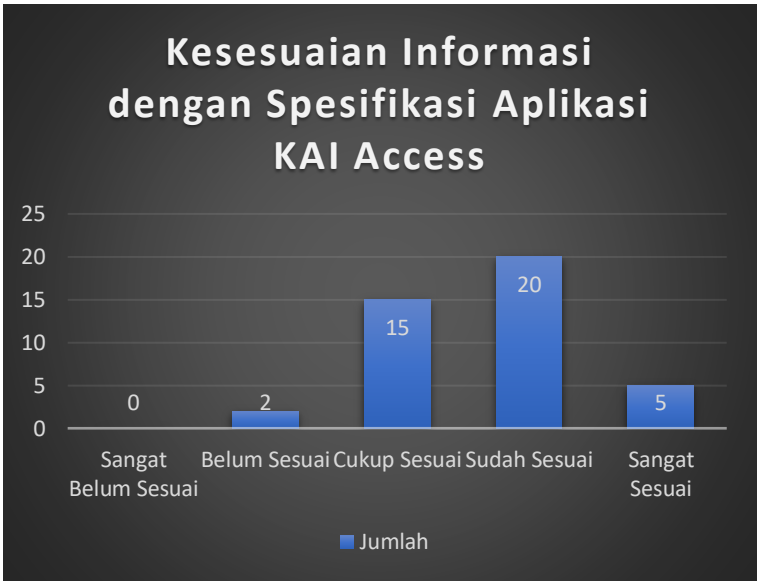
Gambar 4. 14 Kesesuaian Informasi

Sumber : Kuesioner yang diolah oleh peneliti

Dalam gambar 4.14 dapat dijelaskan bahwa semua

pengguna menjawab sesuai dengan informasi yang dimuat dan diharapkan oleh *customer*. Kesesuaian informasi ini dapat dijelaskan karenakonsumen yang membaca informasi pada bagian informasi terutama berita dan promo sangat jelas.

o) Apakah informasi yang diberikan sesuai dengan spesifikasi aplikasi?

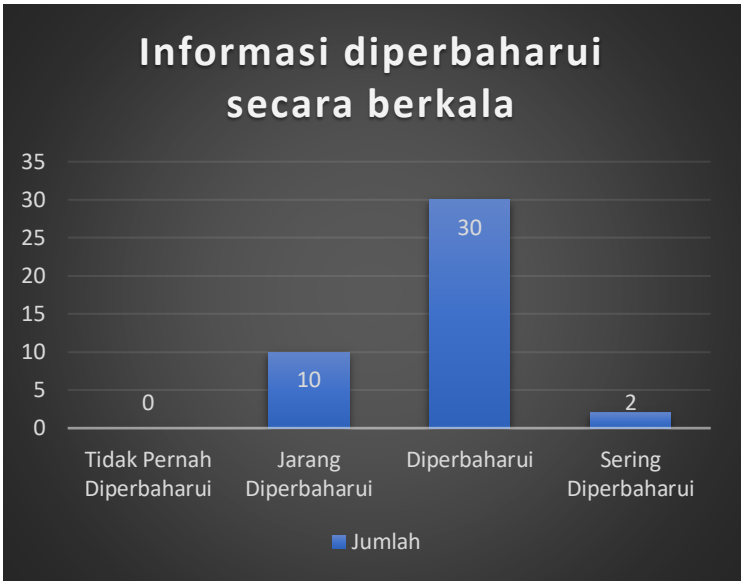


Gambar 4. 15 Kesesuaian Informasi dengan Spesifikasi Aplikasi

Sumber : Kuesioner yang diolah oleh peneliti

Dalam diagram pada gambar 4.15, dapat dikatakan bahwa semua pengguna menjawab sesuai dengan informasi yang diberikan dengan spesifikasi dari aplikasi KAI Access. Hal tersebut didukung dengan *interface* dan tampilan dari aplikasi yang sangat sesuai.

p) Menurut anda, apakah informasi yang diberikan diperbaharui secara berkala?

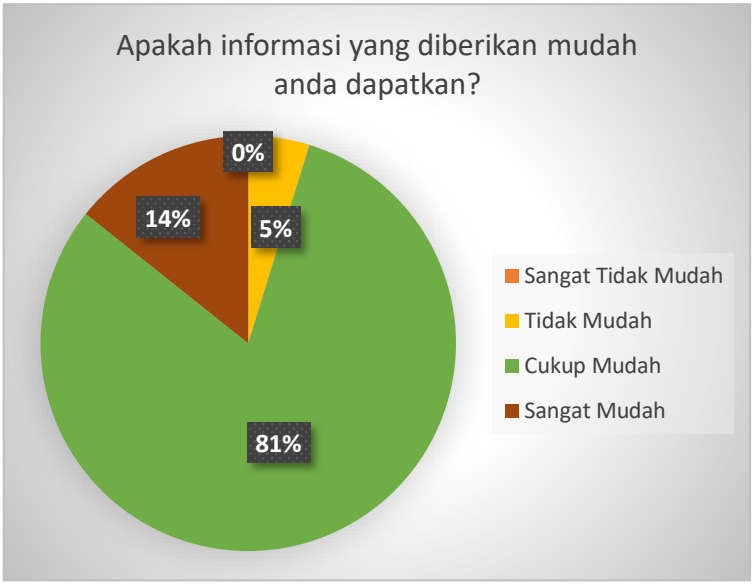


Gambar 4. 16 Pembaharuan Informasi

Sumber : Kuesioner yang diolah oleh peneliti

Menurut data yang ditampilkan, bahwa informasi yang diperbaharui oleh PT Kereta Api Indonesia (Persero) dalam aplikasi KAI Access, hampir semua pengguna menjawab diperbaharui secara berkala. Informasi yang dimuat dapat beragam, berupa berita, promosi dan sebagainya.

q) Apakah informsai yang diberikan mudah anda dapatkan?

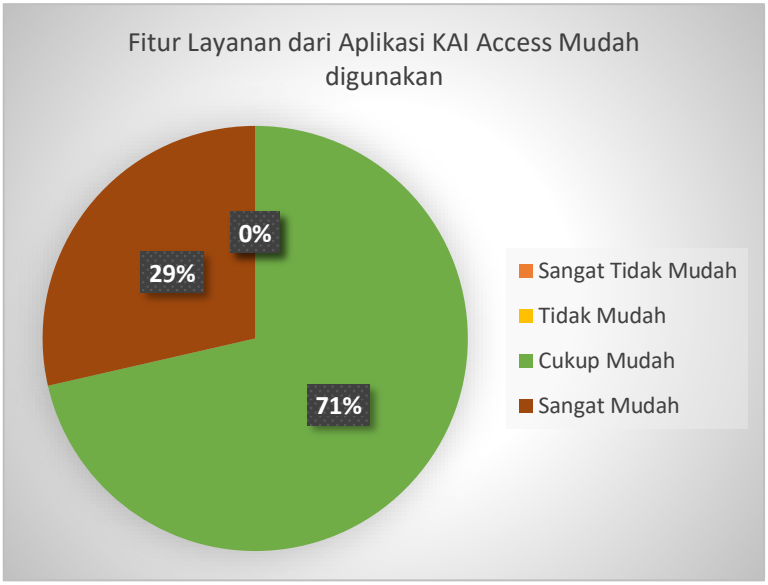


Gambar 4. 17 Kemudahan Mendapatkan Informasi

Sumber : Kuesioner yang diolah oleh peneliti

Dalam kemudahan informasi yang didapatkan, hampir semua pengguna menjawab bahwa mendapatkan informasi dalam aplikasi KAI Access mudah didapatkan. Didukung dengan data dari informan kunci dengan wawancara bersama pihak PT. Kereta Api Indonesia (Persero) bahwa untuk melihat informasi yang dimuat di aplikasi KAI Access bisa dilihat dikolom informasi berita, sehingga memudahkan *customer* mencari berita terbaru mengenai PT. Kereta Api Indonesia (Persero).

r) Apakah fitur layanan dari aplikasi KAI Access mudah dijalankan?

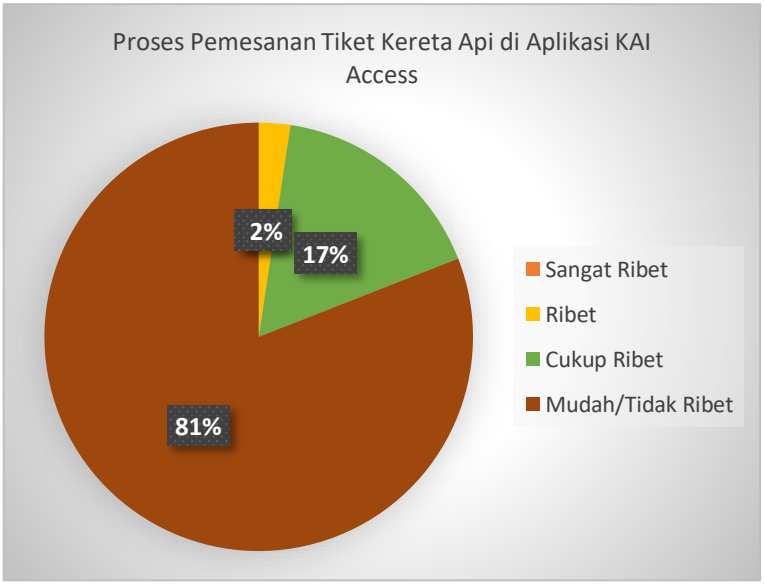


Gambar 4. 18 Fitur Layanan

Sumber : Kuesioner yang diolah oleh penelti

Menurut pengguna mengenai fitur layanan dari aplikasi KAI Access, seluruhnya mudah digunakan. Tidak ada yang memilih tidak mudah. Itu artinya aplikasi KAI Access memberikan fitur yang sangat memuaskan bagi *customer*-nya.

s) Menurut anda, apakah proses pemesanan tiket kereta api di aplikasi KAI Access terlalu ribet?



Gambar 4. 19 Proses Pemesanan Tiket Kereta Api

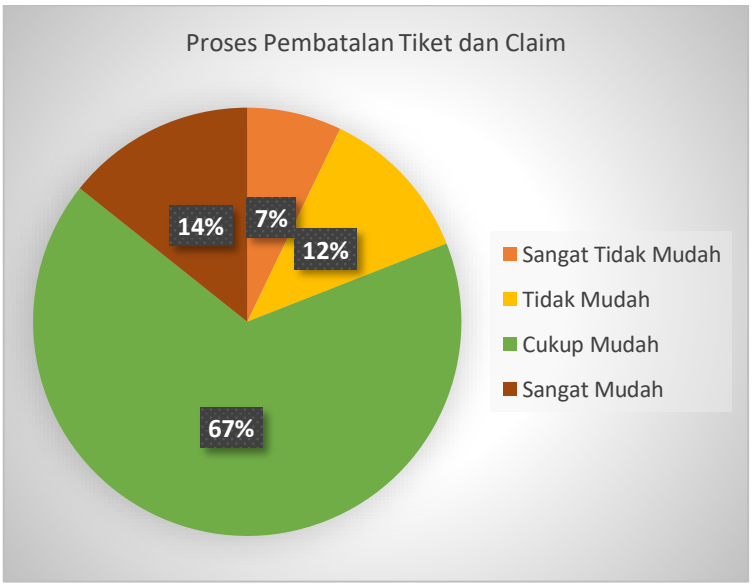
Sumber : Kuesioner yang diolah oleh peneliti

Dari gambar 4.19, hampir semua pengguna menganggap bahwa proses pemesanan tiket kereta api di aplikasi KAI Access sangatlah mudah, karena aplikasi KAI Access lebih berfokus terhadap pemesanan tiket kereta api, sehingga prosesnya pun akan ringkas. Hanya membutuhkan informasi pribadi sesuai dengan kartu identitas serta memasukan jadwal keberangkatan kereta yang dibuthkan serta pembayaran yang semakin mudah melalui transaksi digital.

t) Apakah proses pengaduan layanan seperti pembatalan dan *claim* mudah dilakukan?

Hampir semua pengguna menjawab mudah untuk melakukan pembatalan dan claim tiket kereta api di

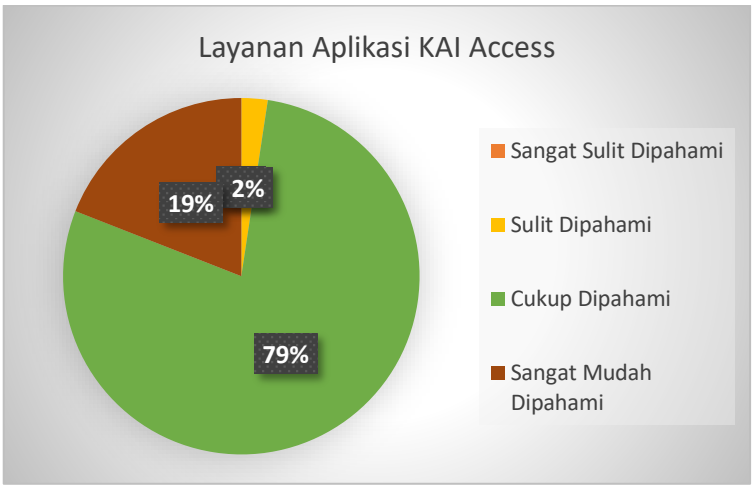
aplikasi KAI Access. Sementara sebagian kecil dari pengguna menjawab tidak mudah, karena ada beberapa syarat yang harus dimasukkan kedalam aplikasi pengajuan pembatalan dan *claim*.



Gambar 4. 20 Kemudahan Proses Pembatalan dan *Claim*

Sumber : Kuesioner yang diolah oleh peneliti

u) Apakah layanan dari aplikasi KAI Access mudah dipahami?

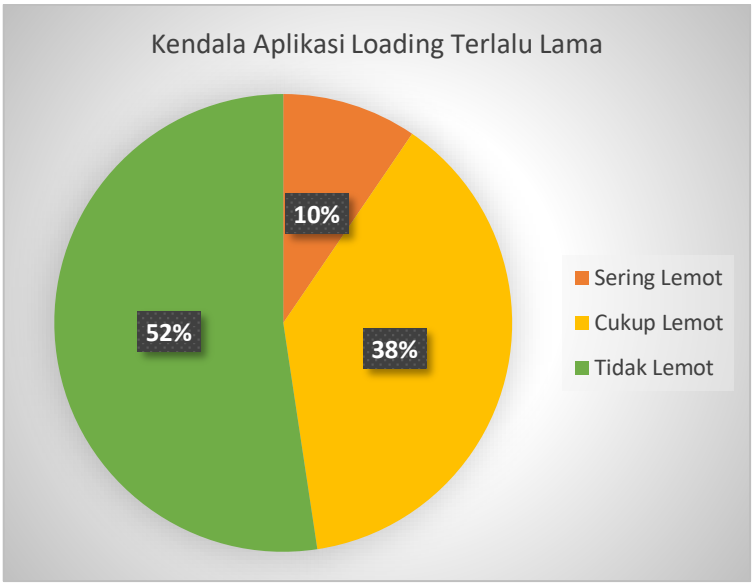


Gambar 4. 21 Layanan Aplikasi KAI ACCESS

Sumber : Kuesioner yang diolah oleh peneliti

Dari data pada gambar 4.21, dapat diketahui bahwa customer memahami layanan yang diberikan dari aplikasi KAI Access, hal tersebut tercantum dengan hampir semuapengguna memahaminya. Didukung juga dengan pernyataan-pernyataan sebelumnya bahwa aplikasi KAI Access sangat mudah dipahami.

v) Apakah ada kendala ketika menjalankan aplikasi? Contoh aplikasi lemot (*loading* terlalu lama)



Gambar 4. 22 Kendala Aplikasi *Loading*

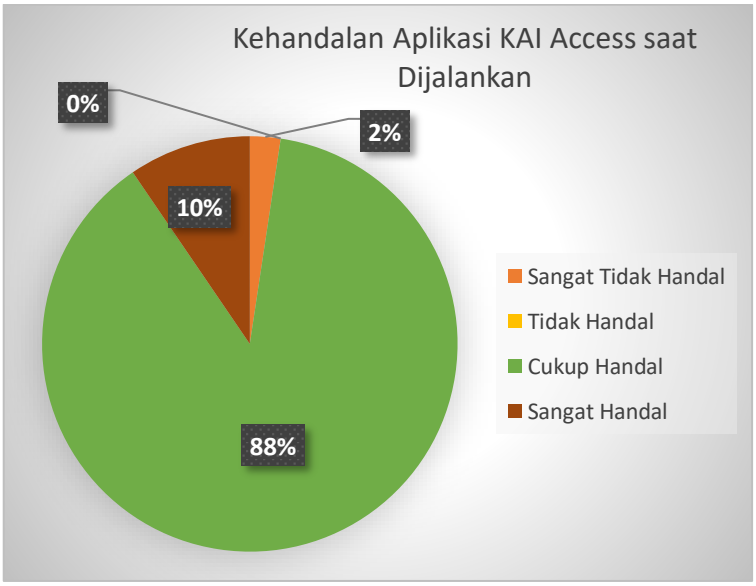
Sumber : Kuesioner yang diolah oleh peneliti

Dengan data pada gambar 4.22, dapat diketahui bahwa sebanyak setengah dari keseluruhan pengguna menyatakan aplikasi KAI Access tidak pernah mengalami kendala *loading* terlalu lama. Berbeda tipis dengan sebagian pengguna yang menyatakan aplikasi KAI Access mengalami kendala *loading*. Hal tersebut didukung dengan data dari AppStore iOS bahwa rating aplikasi KAI Access

mendapatkan 2,1 dari 5,0. Hal tersebut menjadi perhatian pengelola untuk memperbaiki aplikasi KAI Access di sistem operasi iOS.

w) **Apakah aplikasi KAI Access handal saat dipakai/dijalankan?**

Dalam kehandalan aplikasi KAI Access saat dijalankan atau digunakan, menurut hampir semua pengguna aplikasi KAI Access handal ketika digunakan. Kehandalan disini dapat diartikan sebagai lancarnya peforma aplikasi KAI Access yang bilamana diandalkan menjadi aplikasi sebagai pemesanan tiket kereta api.



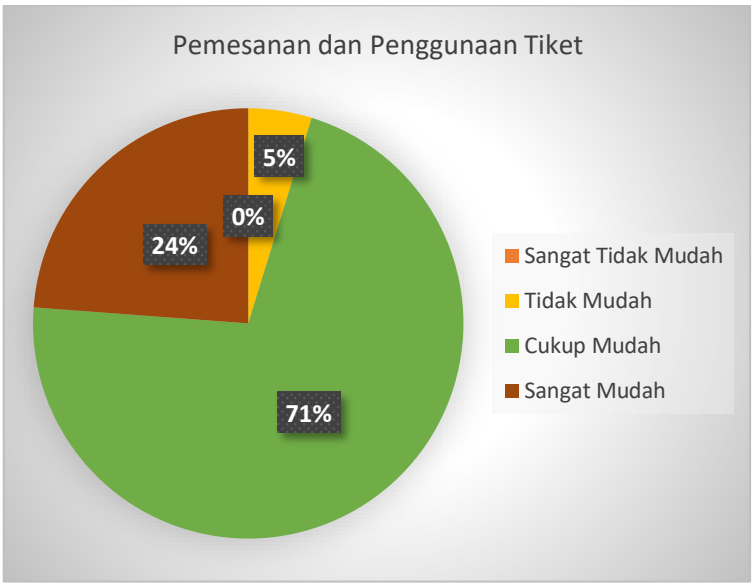
Gambar 4. 23 Kehandalan Aplikasi KAI ACCESS

Sumber : Kuesioner yang diolah oleh peneliti

x) **Apakah penggunaan aplikasi KAI Access dari mulai *log-in* sampai *e-voucher* terbit sangat mudah?**

Dari data yang dihasilkan pada gamba 4.24, menyatakan bahwa penggunaan aplikasi KAI Access dari

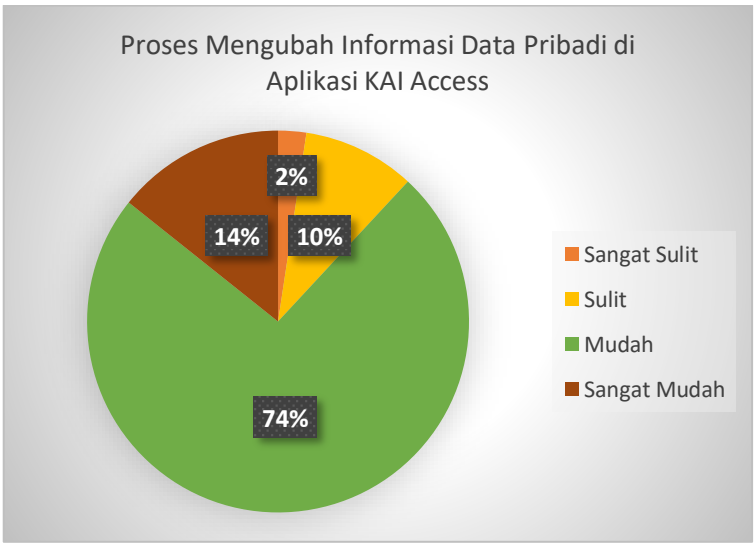
mulai registrasi akun sampai dengan penggunaan tiketnya sangat mudah dilakukan. Hal ini juga didukung dengan peforma dan tampilan yang mudah dimengerti oleh *customer*.



Gambar 4. 24 Kemudahan Pemesanan dan Penggunaan Tiket

Sumber : Kuesioner yang diolah oleh peneliti

y) Apakah proses mengubah informasi data diri pada aplikasi KAI Access sangat mudah?

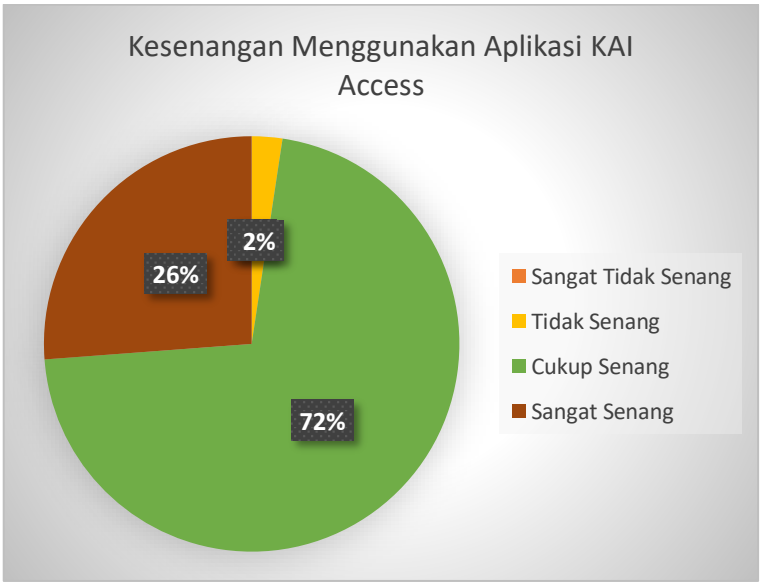


Gambar 4. 25 Proses Perubahan Data Informasi Diri

Sumber : Kuesioner yang diolah oleh peneliti

Proses untuk mengubah informasi data pribadi menurut hampir semua pengguna terbilang mudah. Akan tetapi, ada sebagian kecil yang menyatakan bahwa pengubahan data pribadi sulit, hal tersebut betul karena sesuai dengan perkataan Bapak Muhammad Nauval Hidayatho selaku *junior manager business development* mengatakan bahwa data pribadi bisa dirubah, kecuali nomor telepon selular yang harus melapor dahulu kepada *contact center*.

z) Apakah anda senang menggunakan aplikasi KAI Access ?



Gambar 4. 26 Kesenangan Menggunakan Aplikasi

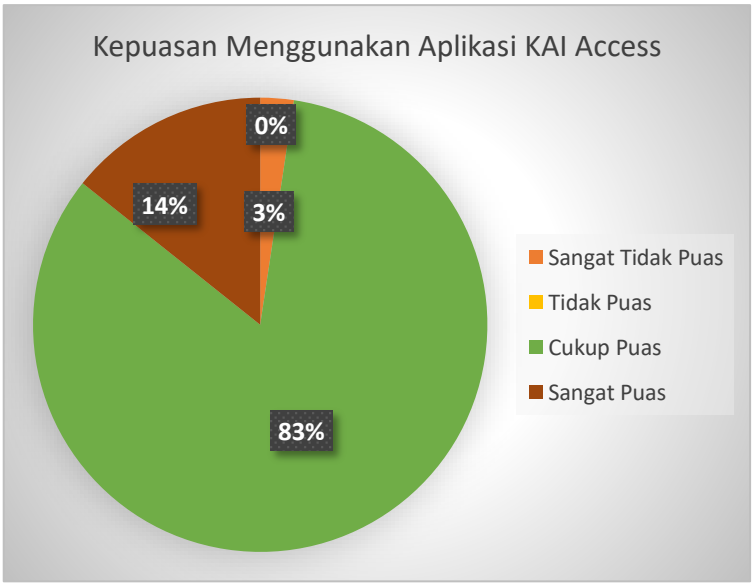
Sumber : Kuesioner yang diolah oleh peneliti

Sebanyak hampir semua pengguna mengatakan bahwa mereka senang menggunakan aplikasi KAI Access, karena didukung dari pernyataan sebelumnya mengenai kemudahan menggunakan aplikasi KAI Access. Hal

tersebut juga ditambah dengan adanya upgrade aplikasi terbaru yang mendukung *loyalty member* yang bisa menguntungkan pengguna.

aa) Apakah anda puas menggunakan aplikasi KAI Access?

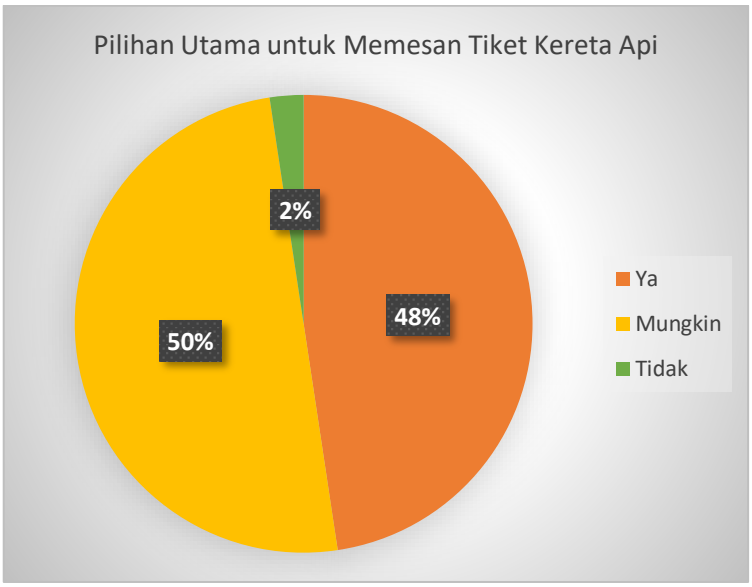
Sebanyak hampir semua pengguna puas dengan menggunakan aplikasi KAI Access, terkait dengan pemahaman serta kesenangan pengguna aplikasi KAI Access. Sebagian kecil dari pengguna yang menjawab belum puas karena adanya permasalahan atau kendala lainnya.



Gambar 4. 27 Kepuasan Menggunakan Aplikasi

Sumber : Kuesioner yang diolah oleh peneliti

bb) Apakah anda akan menjadikan aplikasi KAI Access untuk memesan tiket kereta api? Meskipun ada *e-commerce* lain.



Gambar 4. 28 Pilihan Utama Pemesanan Tiket Kereta

Sumber : Kuesioner yang diolah oleh peneliti

Hampir semua pengguna mengatakan akan menggunakan aplikasi KAI Access sebagai *e-commerce* pilihan utama untuk pemesanan tiket kereta, meskipun ada beberapa yang memilih mungkin menggunakannya, tetapi itu bisa menjadi patokan bahwa pengguna bisa menjadikan aplikasi KAI Access sebagai pilihan utamanya.

cc) Hal apa yang anda suka dari aplikasi KAI Access?

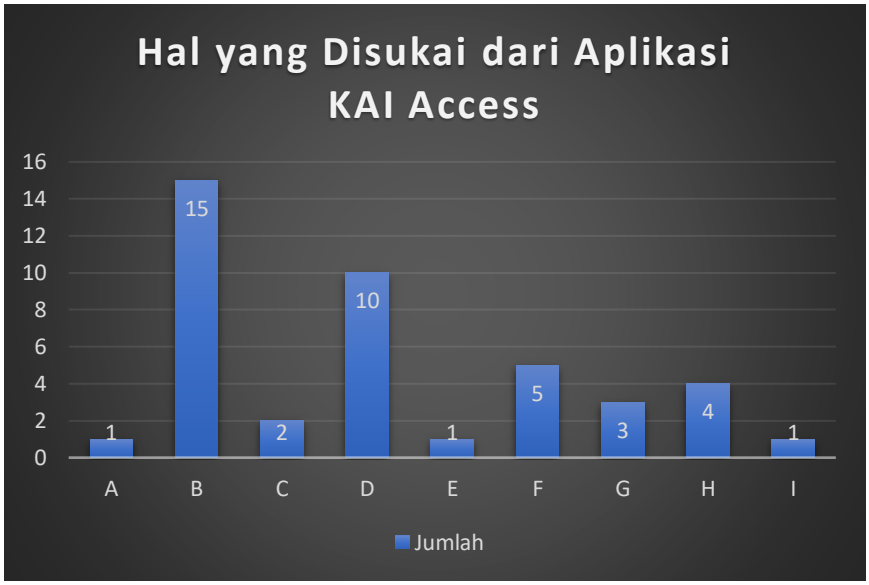
Dalam pernyataan ini, peneliti melakukan pernyataan terbuka yang artinya pengguna bebas menulis apapun mengenaiyang disukai dalam aplikasi KAI Access. Peneliti juga telah mengklasifikasikan semua pernyataan pengguna dalam tabel berikut :

Tabel 4. 1 KLASIFIKASI PERNYATAAN PENGGUNA

KLASIFIKASI	CODE
Milik *official* PT KAI	A
Aplikasi mudah dipahami	B
Harga lebih terjangkau dibandingkan dengan *e-commerce* lain	C
Membantu Pengguna lebih praktis dan efisien	D
Tidak menyita penyimpanan dan tidak memboroskan kuota internet	E
Keakuratan dari aplikasi	F
Interface bagus	G
Fitur menarik	H
Inovatif	I

Sumber : Kuesioner yang diolah oleh peneliti

Setelah peneliti mengklasifikasikan pernyataan diatas, peneliti mengolah berdasarkan banyaknya klasifikasi sesuai pernyataan dalam kuesioner. Berikut adalah hasil dari pernyataan pengguna :



Gambar 4. 29 Hal yang Disukai dari Aplikasi KAI ACCESS

Sumber : Kuesioner yang diolah oleh peneliti

Dari gambar 4.29 dapat dikatakan bahwa pengguna lebih menyukai aplikasi KAI Access dari segi pemahaman

aplikasi yang sangat mudah dimengerti sehingga dapat membuat customer menjadi lebih praktis dalam bertransaksi.

4.3. Pembahasan

Hasil penelitian diatas merupakan proses penelitian lapangan yang telah dilakukan peneliti selama kurun waktu Maret 2021 dengan pemenuhan persyaratan administrasi dari pengurusan izin penelitian mulai pada Universitas Sangga Buana YPKP Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Studi S1 Administrasi Bisnis, Kantor Pusat PT. Kereta Api Indonesia (Persero), Balai Pusdiklat PT. Kereta Api Indonesia (Persero), hingga *Vice President Digital Business* serta *Junior Manager Business Development* PT. Kereta Api Indonesia (Persero) sebagai informan kunci, dan *Manager Administration and Facility Training Center* Balai Pusdiklat PT. Kereta Api Indonesia (Persero) sebagai pendukung perizinan untuk penelitian ini.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif tentang efektivitas penerapan mobile application KAI Access di PT. Kereta Api Indonesia (Persero). Ada empat *variable* evaluasi yang peneliti gunakan dari Model Efektivitas yang dikemukakan oleh William H. Delone dan Emphraim R. McLean, yaitu kualitas informasi, kualitas layanan, penggunaan dan kepuasan pengguna.

4.3.1 Kualitas Informasi (*Information Quality*) dari *Mobile Application* KAI Access

Menurut DeLone dan McLean (1992) kualitas informasi merupakan *output* yang dihasilkan oleh *system* informasi yang digunakan dan Seddon (1997) menyatakan bahwa kualitas informasi

adalah yang dihasilkan oleh *system* informasi akan berpengaruh terhadap persepsi manfaat. Kualitas informasi adalah informasi yang secara konsisten dapat memenuhi persyaratan dan harapan semua orang yang membutuhkan informasi tersebut untuk melakukan proses mereka. *Variable* evaluasi ini menggambarkan kualitas informasi yang dipersepsikan oleh pengguna yang diukur dengan keakuratan informasi (*accuracy*), relevan (*relevance*), kelengkapan informasi (*completeness*) dan mudah di mengerti (*easy of understanding*).

Pada proses penyampaian wawancara yang dilakukan oleh peneliti bahwa informasi yang dimuat dalam aplikasi KAI Access diperbaharui secara berkala yang dimana informasi tersebut bisa menjadi lengkap atau *completeness* karena setiap informasi yang dimuat di aplikasi KAI Access diberikan tanggal *update* sehingga dapat diketahui bahwa informasi tersebut masih berlaku atau tidaknya.

Meskipun tidak ada jadwal rutin untuk memuat informasi yang ada di aplikasi KAI Access, namun setiap informasi yang dimuat dalam aplikasi KAI Access diambil dari *website* Kereta Api Indonesia yang dikelola oleh Unit Hubungan Masyarakat PT. Kereta Api Indonesia (Persero).

Didukung dengan data lain yang didapatkan bahwa informasi yang didapatkan pengguna pada aplikasi KAI Acces sudah terbilang memuaskan dan sesuai dengan apa yang diharapkan. Meskipun ada beberapa hal yang kurang seperti tidak adanya notifikasi dari aplikasi KAI Access tentang adanya informasi terbaru yang berguna untuk memberi tahu pengguna sebagai sarana pemberian informasi yang

mudah diakses dan dibaca.

Data lain menyebutkan bahwa informasi dari aplikasi KAI Access dari segi pemahaman atau *easy of understanding* menyatakan semua pengguna paham mengenai informasi yang diberikan pada aplikasi KAI Access. Kejelasan dari informasi yang dimuat di aplikasi KAI Access juga sangat jelas dan akurat serta relevan.

Untuk mendapatkan kemudahan informasi yang didapat juga sangatlah mudah, pengguna tinggal membuka aplikasi KAI Access dan membuka menu informasi yang termuat di aplikasi KAI Access. Pembaharuan informasi menurut pengguna juga sudah cukup baik, karena setiap ada update informasi terbaru mengenai PT. Kereta Api Indonesia (Persero) selalu dimuat kedalam aplikasi KAI Access dengan cepat.

Kepercayaan pengguna terjadi apabila informasi yang diberikan bersifat diperbaharui, konsisten, akurat dan tepat. Peningkatan kepercayaan pemakai *system* informasi, diharapkan akan semakin meningkat kepuasan pengguna terhadap system informasi. Maka apabila kepercayaan penggunaan pada system informasi tinggi akan mempengaruhi kepuasan penggunanya, maka untuk mengetahui kualitas informasi pada *system* informasi tersebut.

Semua unsur atau indikator yng diteliti dalam variable evaluasi kualitas informasi (*information quality*) sudah mencangkup semua, seperti keakuratan informasi, relevan, kelengkapan informasi dan pemahamannya mudah dimengerti. Semua indikator yang telah diteliti ini bisa dinyatakan efektif karena telah mencangkup semua

indikator yang ada dalam kualitas informasi (*information quality*)

4.3.2 Kualitas Layanan (*Service Quality*) dari *Mobile Application* KAI Access

Kulitas layanan *system* informasi merupakan pelayanan yang didapatkan pengguna dari pengembang informasi, layanan dapat berupa *update system* informasi dan respon dari pengembang jika system informasi mengalami masalah. Indikator pengukuran kualitas layanan dari DeLone dan McLean, yaitu daya tanggap atau *responsiveness*, *assurance* atau jaminan dan emapti atau *emphaty*.

Layanan yang diberikan dalam aplikasi KAI Access tidak merubah semua struktur layanan konvensional ke layanan digital, akan tetapi layanan konvensional yang lebih dikurangi. Contohnya seperti layanan konvensional pada pembelian tiket kereta api di stasiun yang customer sendiri harus dating ke stasiun akan tetapi dilayani secara komputerisasi alias digital, maka dari itu layanan konvensional juga bisa disebut dengan layanan semi digital yang mengadopsi layanan konvensional menjadi digital.

Layanan digital yang telah diberikan dari aplikasi KAI Access adalah pemesanan tiket kereta api antar kota, lokal dan kereta api bandara, penambahan tiket dari *e-commerce* lain, pembatalan serta pengubahan jadwal, Lokomart, berita yang dimuat di aplikasi, metode pembayaran yang beragam dengan *cashless*, reduksi atau potongan harga bagi pihak terkait serta integrasi antar moda seperti taksi.

Dalam artian, pihak PT. Kereta Api Indonesia (Persero) daya tanggapnya tinggi mengenai kebutuhan pasar untuk menangkap

peluang-peluang bisnis yang secara umum hingga saat ini layanan digital telah menjawab semua kebutuhan *customer*, didukung dengan pihak PT. Kereta Api Indonesia (Persero) telah menganalisa kebutuhan-kebutuhan pasar yang dibutuhkan saat ini.

Dengan mengikuti perkembangan zaman yang sangat cepat, fitur yang saat ini dikembangkan dalam aplikasi KAI Access lebih focus kepada protokol kesahatan untuk menggunakan armada transportasi kereta api seperti pemesanan GeNose C19 yang bisa direservasi melalui aplikasi KAI Access meskipun belum semua stasiun tersedia akan tetapi pengembangan tersebut akan dilakukan dihampir semua stasiun yang ada di Indonesia.

Sebagai implementasi dari indikator pengukuran kualitas layanan yaitu daya tanggap yang tinggi, proses pengaduan dari customer ketika ada *system* eror melalui *customer service* lewat email ataupun *contact center* 121, karena khusus pengaduan semua layanan dilakukan secara satu pintu.Pengaduan juga bisa melalui media sosial seperti Instagram dan Twitter yang akan merespon cepat tanggapan dari *customer*.

Juga dalam hal perbaikan *system* dari kendala-kendala yang ada, pihak PT. Kereta Api Indonesia (Persero) akan mengumpulkan beberapa kendala tersebut melalui satu pintu lewat *contact center*, *customer service* dan juga sosial media serta komentar dari PlayStore dan AppStore mengenai aplikasi KAI Access.

Dalam hal yang telah diuraikan, PT. Kereta Api Indonesia (Persero) telah melakukan empati yang sangat tinggi mengenai

masukan-masukan untuk perbaikan kualitas layanan yang saat ini berjalan dengan baik.

Data lain mengungkapkan bahwa semua layanan yang dimuat dalam aplikasi KAI Access sangat memudahkan pengguna dan lebih efisien. Dari mulai pemesanan tiket hingga pembayaran serta pembatalan dan perubahan jadwal tiket kereta api punterbilang mudah dan ringkas. Hanya saja terdapat beberapa kendala yang dihadapi pengguna dalam aplikasi KAI Access, seperti data pribadi yang tidak bisa dirubah terutama Nomor Induk Kependudukan (NIK), terlalu lama melakukan reservasi yang membuat pengguna jenuh karena menunggu dan juga terjadi eror pada aplikasi KAI Access.

Dalam variable evaluasi kualitas layanan (*service quality*) terdapat beberapa indikator yang telah mencangkup semua penelitian ini dalam indikator kualitas lauanan (*service quality*) seperti, daya tanggap, jaminan dan empati. Dalam variable evaluasi kualitas layanan (*service quality*) dapat dinyatakan efektif karena hal tersebut tertuang dalam penemuan dan hasil wawancara yang telah dilakukan.

4.3.3 Penggunaan (*Use*) dari *Mobile Application* KAI Access

Penggunaan mengacu pada seberapa sering pengguna memakai *system* informasi. Dalam kaitannya dengan hal ini, penting untuk membedakan apakah pemakaiannya termasuk keharusan atau *mandatory* yang tidak bisa dihindari atau sukarela (*voluntary*). *Variable* evaluasi ini dapat diukur dengan indikator sebagai berikut :

a) Penggunaan sehari-hari (*daily use*).

b) Frekuensi penggunaan (*frequency of use*), indikator ini

menunjukan seberapa sering pengguna menggunakan *system* informasi tersebut.

c) Niat penggunaan (*intention to use*), niat penggunaan digunakan untuk mengukur pendapat pengguna tentang kegunaan *system* terhadap pekerjaan yang mereka lakukan.

Dalam data yang didapatkan, penggunaan dari aplikasi KAI Access sangatlah terbilang mudah, karena terfokuskan kepada pemesanan tiket kereta api, hanya saja ada penambahan-penambahan fitur yang inovatif. Penggunaan dari aplikasi KAI Access ini tidak dibatasi dalam segi waktu, berarti bisa digunakan sehari-hari dengan melakukan pemesanan tiket baik jarak jauh ataupun kereta api lokal.

Data lain menyebutkan bahwa proses pemesanan tiket kereta api di aplikasi KAI Access lebih efisien dan sangat membantu serta mudah penggunaannya, karena fitur-fitur yang ada dalam aplikasi KAI Access sudah terbilang sangat banyak. Untuk proses pembatalan tiket kereta api di aplikasi KAI Access pun terbilang mudah dengan cara mengisi data pribadi dan nomor rekening pengguna. Rata-rata pengguna melakukan perjalanan dengan kereta api adalah untuk perjalanan bisnis dan untuk pulang kampung serta liburan.

Data lain menyebutkan bahwa penggunaan aplikasi KAI Access juga mudah dipahami sehingga bisa dilakukan sehari-hari. Selain untuk memesan tiket kereta api, aplikasi KAI Access juga bisa mengecek jadwal kereta api yang akan ditumpangi.

Pengguna juga lebih memilih menggunakan aplikasi KAI Access untuk booking tiket kereta, karena ada beberapa fitur yang

tidak ada dalam *e-commerce* lain, seperti kereta lokal. Kereta lokal juga merupakan salah satu yang diminati oleh pengguna karena harganya yang sangat murah dibandingkan dengan kereta jarak jauh, akan tetapi itu menjadi suatu optional individu tersendiri.

Dalam variable evaluasi penggunaan (*use*) terdapat indikator seperti penggunaan sehari-hari, frekuensi penggunaan dan niat penggunaan. Indikator yang telah disebutkan ini telah mencangkup semua dalam penelitian dan wawancara yang telah dilakukan, serta bisa dijelaskan bahwa penggunaan aplikasi KAI Access ini telah efektif dan efisien sehingga memudahkan pengguna dalam reservasi tiket kereta api.

4.3.4 Kepuasan Pengguna (*User Satisfaction*) dari *Mobile Application* KAI Access

Kepuasan pengguna merupakan respon dan umpan balik yang dimunculkan pengguna setelah memakai *system* informasi, sikap pengguna terhadap system informasi merupakan kriteria subjektif mengenai seberapa puas penggunan terhadap *system* yang digunakan.

Variable evaluasi ini diukur dengan indikator sebagai berikut :

a. Efisiensi (*efficiency*), kepuasan pengguna dapat tercapai jika *system* informasi membantu pekerjaan pengguna secara efisien. Efisien disini dapat dilihat dari *system* informasi yang dapat memberikan solusi terhadap pekerjaan pengguna kaitannya dengan aktivitas pelaporan data secara efisien. Suatu *system* informasi dapat dikatakan efisien jika suatu tujuan yang dimiliki pengguna dapat tercapai dengan melakukan hal yang

tepat.

b. Keefektivan (*Effectiveness*), dapat meningkatkan kepuasan penggunan terhadap *system* informasi tersebut. Keefectivan *system* informasi ini dapat dilihat dari kebutuhan atau tujuan yang dimiliki pengguna dapat tercapai sesuai harapan atau target yang diinginkan.

c. Kepuasan (*satisfaction*), dapat dikur melalui rasa puas yang dirasakan pengguna dalam menggunakan *system* informasi. Rasa puas pengguna dapat ditimbulkan dari fitur-fitur yang disediakan *system* informasi tersebut. Rasa puas yang dirasakan pengguna mengindikasikan bahwa *system* informasi berhasil memenuhi aspirasi atau kebutuhan pengguan.

Dalam *variable* ini, *variable* evaluasi dari kepuasan pelanggan ini hanya dapat diukur oleh *customer*. Akan tetapi, ada beberapa data mengenai informasi umum yang berkaitan dengan kepuasan pengguna. Informasi umum tersebut untuk memperkuat analisis yang akan dilakukan pada *variable* evaluasi kepuasan pengguna.

Berdasarkan informasi umum tersebut, hal yang utama adalah sejarah, motivasi, tujuan dan total pengguna dari aplikasi KAI Access. Dalam data, bahwa serah aplikasi KAI Access pertama kali didirikan pada tahun 2011 dengan nama lain Kereta Api *Mobile Application* atau bisa disebut dengan KABILA yang aplikasi ini hanya berbasis *Short Message Service* (SMS). Selanjutnya, pada tahun 2013 berganti nama menjadi Keraeta Api Indonesia *Official Mobile Application* yang berbasis operasi *system* Blackberry. Selanjutnya pada tahun

2014 barulah menjadi nama KAI Access yang bisa diinstal melalui operasi *system* Android dan iOS phone.

Motivasi untuk meluncurkan aplikasi KAI Access adalah memperluas *alternative channel* teknologi penjualan dengan cara online, jadi *customer* tidak usah datang langsung ke stasiun untuk memesan tiket kereta. Alasan lainnya adalah sebagai mengikuti perkembangan jaman teknologi saat ini. Tujuannya ialah lebih memudahkan *customer* melakukan transaksi tanpa harus datang langsung ke stasiun.

Berdasarkan data yang diperoleh dari informan kunci, per sampai dengan Februari 2021 untuk register atau pendaftar di aplikasi KAI Access sebanyak 4.968.311 pengguna. Sementara untuk *downloder* atau *installer* di operasi system Android dan iOS sebanyak 8.753.834 *installer*.

Aplikasi KAI Access ini dapat menjangkau konsumen lebih luas karena zaman digital. Ditambah dengan kerjasama dengan *e-commerce* lain yang sangat mendukung penjualan tiket kereta api. Bahkan pihak informan kunci mengatakan bahwa tidak takut tersaingi oleh *e-commerce* lainnya, karena muaranya adalah "bagaimana bisa menjual tiket kereta api?" Ya dengan cara berkolaborasi dengan pihak *e-commerce* lainnya. Berkolaborasi bukan berarti membuka semua hal yang ada di KAI Access, karena KAI Access juga harus ada exclusifitasnya juga, contohnya di *e-commerce* lain tidak ada fitur untuk pembatalan tiket kereta api. Lebih meniru dari *e-commerce* lain dan menambahkan atau mengurangi fitur yang dianggap penting atau

tidak penting.

Aplikasi KAI Access mendorong peningkatan penjualan tiket kereta api, karena hal ini ada kaitannya denga *e-commerce* juga yang bisa membantu menjangkau *customer* lebih luas artinya bisa meningkatkan jumlah penjualan tiket kereta api juga.

Tidak ada segmen utama untuk aplikasi KAI Access, karena yang diingini adalah aplikasi KAI Access ini mudah digunakan semua pengguna kereta api serta menjangkau semua pengguna kereta api. Akan tetapi dari data yang ada, aplikasi KAI Access di dominasi oleh usia produktif.

Beralih kepada hasil kuesioner dari pengguna mengenai kepuasan pengguna, umumnya customer sudah sangat puas dengan kehadiran aplikasi KAI Access karena semakin mempermudah transaksi yang ada. Seperti transaksi pembayaran melalui *e-wallet* dan *QRIS* yang sangat dibutuhkan dizaman digitalisasi ini.

Keefektivan dari aplikasi KAI Access juga sudah sangat efektif, karena bisa menghadirkan inovasi-inovasi yang sesuai dengan kebutuhan pada revolusi *industry* 4.0.

Dari data lain menyebutkan bahwa pengguna sangat puas ketika melakukan pemesanan tiket kereta di aplikasi KAI Access. Dengan keefektivannya, aplikasi KAI Access bisa menggunakan *chek-in* secara *paperless* menggunakan *barcode* yang terdapat di aplikasi KAI Access. Tidak lupa juga dengan fitur lain yang membuat pengguna merasa puas, seperti tidak adanya biaya administrasi tambahan ketika pembayaran dan pemesanan tiket kereta api melalui

aplikasi KAI Access dan proses *refund* yang mudah.

Dalam data pengguna, terdapat beberapa yang memberikan saran untuk pengembangan aplikasi KAI Access kedepannya. Saran tersebut akan tertuang dalam *table* dibawah ini :

Tabel 4. 2 SARAN-SARAN DARI PENGGUNA

NO	SARAN DARI PENGGUNA
1	Sulit untuk meng-input data
2	Cukup memuaskan dengan adanya aplikasi KAI Access
3	Aplikasinya sangat membantu para calon penumpang kereta api yang ingin bepergian menggunakan kereta api, sangat mudah aplikasinya dan cepat sehingga tidak menyita banyak waktu.
4	Sejauh ini puas, namun mungkin untuk sistem pembayaran bisa ditambah dengan *channel* lain
5	Meskipun *user interface*-nya mudah diikuti atau dipahami, tapi mungkin bisa lebih interaktif atau lebih menarik dengan memainkan bentuk ataupun hal lain, bentuk kotak yang sudutnya bisa diperhalus supaya tidak terlalu kaku
6	Tolong mencantumkan destinasi menarik bagi para pengguna agar mereka mengetahui dan sewaktu-waktu mungkin akan datang
7	Perbanyak promo di menu promo untuk pemesanan kereta api
8	Semoga tidak *loading* disaat saat banyak yang mengakses
9	Cukup puas dalam memakai aplikasi ini, semoga tidak hanya saya tetapi orang lain juga merasakan kemudahan seperti yang saya rasakan.
10	Perbaiki *bugs*
11	Aplikaai KAI Access sudah cukup baik dan sangat membantu mempermudah pembelian tiket
12	Semoga aplikasi bisa di upgread secara berkala
13	Di update lebih interaktif agar tampilan visual lebih menarik karena persaingan digital semakin ketat, tampilan visual menjadi salah satu faktor daya minat pengguna. Selain itu tingkatkan kemudahan dalam bertransaksi semisal bagaimana caranya agar dalam melakukan pembayaran sudah tersambung dengan akun m banking agar tidak perlu keluar masuk aplikasi untuk melalukan pembayaran
14	alangkah baiknya lebih di perbaiki lagi sistem aplikasinya supaya masyarakat yang menggunakan dapat jadi lebih praktis
15	tingkatkan *interface*
16	Agar *update* info lebih cepat lagi
17	Informasi mengenai *claim Return*/pembatalan tiket pada aplikasi mohon diperjelas, sediakan *form* pengaduan tanpa melewati telepon atau *e-mail*, dan perbaikin performa aplikasi
18	Mungkin untuk meningkatkan pelayanan, waktu itu saya mencari lokasi tujuan ternyata tidak ada yg tertuju ke sana, mungkin karena covid atau bagaimana, kedepannya untuk membuat informasi lebih lanjut terkait kereta yang beroperasi karena saya mencari beritanyapun tidak ada
19	Proses pembayaran seringkali terkendala aplikasi eror mengakibatkan tiket yg dibeli sudah habis/ tidak berlaku karena waktu tunggu pembayaran yg sangat singkat. Tidak ada *return* atau *switch* jadwal untuk keberangkatan KA lokal

20	Tampilannya sudah minimalis mungkin perbanyak fitur lain dan metode pembayaran yang beragam
21	Cukup, hanya lebih di tingkatkan saja atau *update*-an dalam memilih/mengakses kursi penumpang yang ingin di pilih
22	Perbanyak lagi promo supaya tidak kalah sama promo dari *e-commerce* lain
23	NIK tidak bisa diperbarui
24	Harapannya tampilannya dapat di perbaharui dan *loading* yang cukup lama
25	Perbanyak diskon supaya bisa bersaing dengan *e-commerce* lain
26	Terima kasih telah menghadirkan aplikasi KAI Access, untuk *review*-nya tampilan beranda bisa lebih *simple* dan informatif
27	Sudah bagus fungsinya
28	Mohon tingkatkan lagi kualitas pelayanan

Sumber : Kuesioner yang diolah oleh peneliti

Data lain mengenai saran untuk pihak pengembangan aplikasi dari KAI Access mengatakan bahwa ketika akan boarding menggunakan barcode di aplikasi KAI Access, pencahayaannya sangat kurang dan tidak otomatis menambah pencahayaan sendiri, ketika ada pembaharuan infromasi pengguna sebaiknya diberi notifikasi, pembatalan jadwal harus lebih update di aplikasinya, untuk pembaharuan data diri lebih dipermudah, seringnya update informasi mengenai aturan penumpang disaat pandemi COVID-19, respon dari *customer service* masih kurang cepat, peluasan fitur lain seperti pembelian pulsa di aplikasi KAI Access, lebih diperkaya lagi dengan fitur yang lebih membantu konsumen, layanan aduan *customer* lebih ditingkatkan lagi, kereta api lokal opsi fiturnya tidak sebanyak kereta api jarak jauh, kereta api lokal Jawa Barat bisa di pesan melalui aplikasi juga, contoh di Garut belum bisa pesan lewat aplikasi, pembayaran lewat *e-wallet* lebih diperbanyak lagi, promo diberikan lebih banyak.

BAB V
PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian kualitatif dengan teknik observasi, wawancara, dokumentasi dan kuesioner yang telah dilaksanakan mengenai efektivitas penerapan mobile application KAI Access di PT. Kereta Api Indonesia (Persero) dapat diambil beberapa kesimpulan. Kesimpulan tersebut dapat dipaparkan sebagai berikut :

1. Sesuai dengan data yang diperoleh peneliti, bahwa untuk variabel evaluasi kualitas informasi (*information quality*) dari aplikasi KAI Access sudah mencangkup keempat indikator yang diteliti seperti keakuratan (*accuracy*) informasinya sudah akurat sesuai dengan kebutuhan pengguna dan juga informasi relevan (*relevance*), kelengkapan (*completeness*) dari sisi updating information juga sudah sangat baik, serta yang paling penting adalah mudah dimengerti (*easy of understanding*) oleh pengguna. Meskipun ada beberapa yang kurang seperti belum adanya notifikasi dari aplikasi untuk memberi tahu ada informasi terbaru serta informasi yang dibutuhkan seperti promo dan diskon yang ada dalam aplikasi KAI Access masih sangat kurang.
2. Untuk variabel evaluasi kualitas layanan (*service quality*) dari aplikasi KAI Access sudah mencangkup indikator seperti daya tanggap (*responsiveness*) dan empati (*emphaty*). Untuk daya tanggap (*responsiveness*) dari aplikasi KAI Access sudah memberikan layanan yang jauh lebih baik sesuai dengan kebutuhan konsumen di masa sekarang, serta empati (*emphaty*) yang baik juga sehingga

pihak dari PT. Kereta Api Indonesia (Persero) sangatlah merasakan apa yang dibutuhkan oleh konsumen saat ini beserta dengan perkembangan zaman yang sangat cepat. Meskipun ada bebepara kekurangan seperti terjadinya eror pada aplikasi KAI Access yang memang itu merupakan hal biasa ketika suatu aplikasi perlu adanya perbaikan. Dari situlah bisa dikatakan sangat baik dari kualitas layanan karena pihaknya sendiri memberikan yang terbaik untuk penggunanya.

3. Untuk variabel penggunaan (*use*) dari aplikasi KAI Access, dilihat dari penggunaannya pengguna merupakan kategori sukarela (*voluntary*) dan keharusan (*mandatory*), karena dilihat dari data memang pengguna sangat beragam. Untuk indikator yang diteliti adalah penggunaan sehari-hari (*daily use*) sangat dibutuhkan oleh pengguna yang berkaitan langsung dengan indikator frekuensi pengguna (*frequency of use*) dan niat pengguna (*intention of use*). Dari data yang didapat dapat disimpulkan bahwa frekuensi penggunaan dari aplikasi KAI Access terbilang sering karena kebutuhan bisnis dan perjalanan dengan keluarga.
4. Dalam variabel evaluasi kepuasan pengguna (*satisfaction user*), aplikasi KAI Access telah sanagt baik dengan indikator-indikator yang diteliti seperti efisien (*efficiency*), keefektivan (*effectiveness*) dan kepuasan (*satisfaction*). Dalam data yang dipatkan dapat disimpulkan bahwa semua pengguna mengatakan efisien, efektif dan puas terhadap layanan yang diberikan aplikasi KAI Access.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian yang ditemukan beberapa permasalahan yang belum terpecahkan, sehingga peneliti mengajukan beberapa saran. Saran tersebut antara lain sebagai berikut :

1. Saran untuk PT. Kereta Api Indonesia (Persero)

   Di era revolusi industri 4.0 ini sangat penting untuk pengembangan bisnis yang menuju digital. PT Kereta Api Indonesia (Persero) telah berhasil mengembangkan sebuah aplikasi yang dibutuhkan oleh konsumen. Dalam aplikasi KAI Access perlu adanya peningkatan dan pengembangan terutama dalam kulitas informasi yang belum adanya notifikasi masuk kepada pengguna ketika ada informasi terbaru. Saran lainnya juga untuk pengubahan data pribadi sebaiknya dipermudah sehingga pengguna merasakan efektif dari keseluruhan.

2. Saran untuk penelitian selanjutnya

   Kepada peneliti lain disarankan untuk melakukan wawancara yang mendalam, tidak hanya kepada satu informan kunci saja melainkan ada informan kunci lainnya yang berhubungan dengan penelitian ini untuk mengetahui keefektivan dari keseluruhan variabel evaluasi yang ada pada model William H. Delone & Emphraim R. McLean mengenai efektivitas dari sebuah *system* informasi.

DAFTAR PUSTAKA

|, D. E. (2020, Agustus 12). *Data Kependudukan 2020: Penduduk Indonesia 268.583.016 Jiwa*. Diambil kembali dari https://nasional.kompas.com/read/2020/08/12/15261351/data-kependudukan-2020-penduduk-indonesia-268583016-jiwa?page=all

Ahmad Tanzeh, S. (2006). Dasar-Dasar Penelitian. Surabaya: Elkaf.

Darmawansyah, I. (2013). PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN. *Management Analysis Journal*, 2.

Donni Juni, A. G. (2013). Manajemen Perkantoran Efektif, Efisien dan Profesional. Bandung: Alfabeta.

Dr. Amir Hamzah, M. (2020). *Metode Penelitian Kepustakaan (Library Research).* Batu, Malang: Literasi Nusantara.

Fanani, A. (2015, Februari). *4 Era Perkembangan Teknologi Komputer*. Diambil kembali dari https://slideplayer.info/slide/2671310/

Fatkhuroyan. (2012). Kajian Efektivitas Sistem Informasi Jabatan Fungsional Pengamat Meteorologi dan Geofisika : Studi Kasus Badan Meteorologi Klimatologi dan Geofiska . *SNATI 2012*, B-9.

Hamzah, A. (2020). Metode Penelitian Kepustakaan. Sampang: Literasi Nusantara.

J.Moeleong, L. (2006). Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

kai.id. (t.thn.). *Sekilas Tentang Kereta Api Indonesia*. Diambil kembali dari https://www.kai.id/corporate/about_kai/

katadata.com. (2019). *potensi ekonomi digital Indonesia tahun 2025* . Diambil kembali dari Katadata.com

Kompas.com, Pertiwi. (2019, November 27). *2025, Ekonomi Digital Indonesia Diprediksi Bernilai Rp 1.400 Triliun*. Diambil kembali dari https://tekno.kompas.com/read/2018/11/27/15170027/2025-ekonomi-digital-indonesia-diprediksi-bernilai-rp-1.400-triliun?page=all

Mahmudi. (2015). Manajemen Kinerja Sektor Publik. Yogyakarta: Unit Penerbitan dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.

Maxmanroe.com. (2018, Nov 07). *Aspek-aspek Efektivitas*. Diambil kembali dari https://www.maxmanroe.com/vid/manajemen/pengertian-efektivitas.html

Maxmanroe.com. (2018, Nov 07). *Kriteria Efektivitas* . Diambil kembali dari https://www.maxmanroe.com/vid/manajemen/pengertian-efektivitas.html

Nasional.kompas.com. (2020, 08 12). *Data Penduduk Indonesia Tahun 2020*. Diambil kembali dari https://nasional.kompas.com/read/2020/08/12/15261351/data-kependudukan-2020-penduduk-indonesia-268583016-jiwa?page=all

Prasetyo, T. A. (2015). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Harga dan Lokasi terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian. *FEB UNDIP Semarang*.

Putra, M. N. (2018). PENGARUH KEPERCAYAAN, KUALITAS INFORMASI, DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA PELANGGAN ONLINE SHOP SHOPEE DI KOTA YOGYAKARTA). . *FE UII Yogyakarta*.

Putri, A. S. (2020, September 10). Diambil kembali dari Pengertian Teknologi Informasi dan Komunikasi: https://www.kompas.com/skola/read/2020/09/10/194000969/pengertian-teknologi-informasi-dan-komunikasi-tik-dan-contohnya?page=all

Setiawan, D. (2018, April 1). *Dampak Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Informasi terhadap Budaya*. Diambil kembali dari Jurnal Simbolika: https://www.researchgate.net/publication/326036329_Dampak_Perkembangan_Teknologi_Informasi_dan_Komunikasi_Terhadap_Budaya

Sugiarto, E. C. (2019, January 29). Diambil kembali dari Humas Kementerian Sekretariat Negara Republik Indonesia: https://www.setneg.go.id/baca/index/ekonomi_digital_the_new_face_of_indonesias_economy

Sugiyono. (2005). Memahami Penelitian. Bandung: CV Alfabeta.

Supardi. (2005). Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis. Yogyakarta: UII Press.

Tika, M. P. (2014). Budaya Organisasi dan Pengkatan Kinerja Perusahaan. Jakarta: Bumi Aksara.

Uinversitas Brawijaya. (2014, Mei 26). *Kepuasan Pelanggan*. Diambil kembali dari Muwafik Center : http://muwafikcenter.lecture.ub.ac.id/2014/05/psc-kepuasan-pelanggan/

UNIKOM. (t.thn.). *Metodelogi Penelitian*. Diambil kembali dari https://elib.unikom.ac.id/files/disk1/725/jbptunikompp-gdl-utaradevip-36239-3-unikom_u-i.pdf

Utara, U. S. (2018). *Tinjauan Pustaka*.

Zed, M. (2008). *Metode Penelitian Kepustakaan.* Jakarta: Yayaysan Obor Indonesia.

SURAT PERMOHONAN WAWANCARA DARI KAMPUS

USB
UNIVERSITAS SANGGA BUANA
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik **YPKP**
Jl. PHH. Mustopa No. 68 Telp. 022-7275489, 7202841 Fax. 022-7201756 BANDUNG 40124

Nomor : 13/01.1-ADBIS-FISIP/III/2021
Lampiran : -
Perihal : **Permohonan Izin Wawancara**

Kepada Yth.

Unit Digital Business PT. Kereta Api Indonesia (Persero).
di
Jl. Perintis Kemerdekaan No.1 Babakan Ciamis, Kecamatan Sumur Bandung, Kota Bandung 40111.

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

"Teriring salam hormat, semoga rahmat dan karunia Allah SWT senantiasa menyertai Bapak/Ibu, *Aamiin*."

Dalam rangka memenuhi salah satu syarat dalam kurikulum, setiap mahasiswa jenjang Pendidikan Program Sarjana (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Sangga Buana (USB) YPKP, diharuskan melakukan penelitian dengan mengumpulkan data/informasi yang akan digunakan sebagai bahan penyusunan skripsi.

Sehubungan hal tersebut, dengan ini kami sampaikan permohonan izin bagi mahasiswa:

Nama	: Benny Agustian
NPM	: 3111171012
Program Studi	: Administrasi Bisnis
Semester	: VII (tujuh)
Rencana Judul Penelitian	: Analisis Efektivitas Mobile Application KAI Access di PT. KAI (Persero).

Atas perhatian dan izin yang diberikan, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Bandung, 10 Maret 2021

Dekan

Drs. Tatang Sudrajat, S.IP., M.Si.

Yth. MT

- Acc, mohon bantuan ybs diproses lebih lanjut untuk Penelitian skripsi periode 10 Maret - 10 April 2021
- atas perhatian bantuan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

CPDD.

M. NAUVAL H.
NIPP. 63038

SURAT PENGANTAR PELAKSANAAN PENELITIAN

BALAI PUSDIKLAT

PT. KERETA API INDONESIA (PERSERO)

Bandung, 12 Maret 2021

Nomor	:	KE.105/III/40/KA-2021
Sifat	:	Terbatas
Lampiran	:	1 (satu) set
Perihal	:	Surat Pengantar Pelaksanaan Penelitian a.n. Benny Agustian

Kepada Yth
Vice President Digital Business
di
Tempat

1. Menunjuk:
   a. Surat Keputusan Direksi PT Kereta Api Indonesia (Persero) Nomor KEP.M/KKE.105/VIII/1/KA-2016 tentang Pedoman Penyelenggaraan Praktek Kerja Lapangan, Survey, Observasi, Penyebaran Kuisioner dan Penelitian di Lingkungan PT Kereta Api Indonesia (Persero);
   b. Surat Kilat Direksi PT Kereta Api Indonesia (Persero) Nomor um.202/iii/2/ka-2015 tanggal 05 Maret 2015 tentang tertib pengaturan pelaksanaan praktek kerja lapangan dan studi banding;
   c. Peraturan Direksi PT Kereta Api Indonesia (Persero) Nomor : PER.U/KH.201/III/1/KA-2020 Tentang Pengaturan Bekerja Bagi Pekerja Dalam Rangka Antisipasi Penyebaran Virus Corona (Covid-19);
   d. Nota Dinas D6 Nomor 1/KS.103/II/D6/KA/2021 Tanggal 10 Februari 2021 Perihal Ketentuan Pembatasan Kegiatan Perkantoran Pada Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) Mikro sebagai Langkah Pengendalian Penyebaran Corona Virus Disease (Covid-19);
   e. Pengumuman EVP Secretary PT KAI (Persero) Nomor : KL.405-VIII/2/KA/2020 Tentang Upaya Pencegahan Covid-19 di Lingkungan PT KAI (Persero)
   f. Nota Dinas SK Nomor : 1/KE.106/I/SK/KA/2021 Tanggal 08 Januari 2021 Perihal Masukan Satgas Covid 19 Pusat PT KAI Atas Penyelenggaraan Diklat Tahun 2021;
   g. Nota Dinas Internal MT Nomor : 2/KE.105/I/MT/KA/2021 Tanggal 21 Januari 2021 Perihal Pelaksanaan Kegiatan Praktek Kerja Lapangan, Survey, Observasi, Penyebaran Kuisioner dan Penelitian di Lingkungan PT Kereta Api Indonesia (Persero) Secara Online;
   h. Surat dari UNIVERSITAS SANGGA BUANA No : 13/01.1-ADBIS-FISIF-III-2021 Tanggal 10 Maret 2021 Perihal Permohonan Ijin Penelitian.
   i. Hasil Konfirmasi Kesediaan Penerimaan Mahasiswa/i Penelitian dari Unit CPDD Kantor Pusat.
2. Sehubungan dengan hal tersebut di atas, bersama ini kami hadapkan Mahasiswa/i sebagai berikut:

No	NAMA	NIM/NIS	KAMPUS
1	Benny Agustian	3111171012	Universitas Sangga Buana

   Untuk melaksanakan penelitian di Unit Bapak/Ibu Secara Online, selanjutnya mohon bantuan agar menunjuk seorang pegawai untuk mendampingi Mahasiswa/i dimaksud dalam menyelesaikan tugas penelitian terhitung mulai tanggal 10 Maret 2021 s.d. 10 April 2021
3. Setelah pelaksanaan tugas selesai, Mahasiswa/i diwajibkan mengirim laporan hasil kegiatan ke kantor Pusdiklat PT KAI (Persero). Laporan Hasil Kegiatan dapat berupa makalah dan dikirimkan melalui email ke tu.pusdiklat@kai.id ataw dikirim langsung ke alamat Jl. Laswi No.23 Kel Kacapiring Kec. Batununggal Kota Bandung, Kode Pos: 40271.
4. Demikian disampaikan, atas kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

a.n. Corporate Deputy Director Training and Education
Manager Administration and Facility Training Center,

AMAN PARDIANSYAH
NIPP. 39922

Tembusan Internal:
Vice President Digital Business | SATRIYA ANDOYO
Manager Digital Business Development | MOHAMAD ARIF ANGGARA

Junior Manager Business Development | MUHAMMAD NAUVAL HIDAYANTHO
Junior Manager Financial and General Affairs | ULYA HARDI

Tembusan Eksternal:
Dekan Universitas Sangga Buana
Mahasiswa/i yang bersangkutan

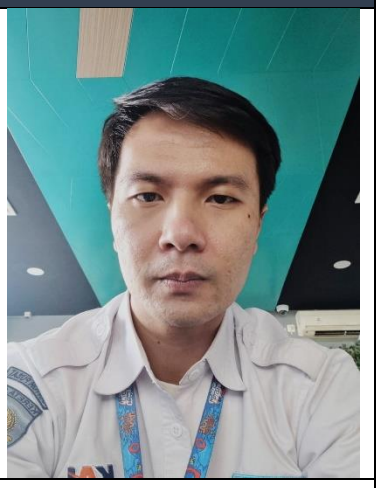
FORM WAWANCARA DENGAN INFORMAN KUNCI

Muhammad Nauval Hidayantho

FORM WAWANCARA PENELITIAN

Judul Penelitian :
Analisis Efektivitas Penerapan Mobile Application KAI Access di PT. Kereta Api Indonesia (Persero)

A.	IDENTITAS PEWAWANCARA	
	Nama Lengkap	**BENNY AGUSTIAN**
	Status	Mahasiswa
	Program Studi	S1 Administrasi Bisnis
	Fakultas	Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
	Instansi	Universitas Sangga Buana YPKP Bandung

B.	IDENTITAS NARASUMBER		
	Nama Lengkap	**MUHAMMAD NAUVAL HIDAYANTHO**	
	Jabatan	*Junior Manager Business Development*	
	Perusahaan	PT. Kereta Api Indonesia (Persero)	
	Tanggal Wawancara	Rabu, 24 Maret 2021	

C.	PERTANYAAN UMUM		
	No.	**Pertanyaan**	**Jawaban**
	1	Kapan pertama kali aplikasi KAI Access diluncurkan?	Sesuai dengan sejarahnya, aplikasi KAI Access mengalami tiga kali perubahan : 1. Pada tahun 2011, bernama Kereta Api *Mobile Application* "KABILA" aplikasi ini hanya saja bermode SMS *based* yang artinya hanya bisa diakses melalui SMS. 2. Pada tahun 2013 berubah nama menjadi Kereta Api Indonesia *Official Mobile Application*. Aplikasi ini hanya ada di operasi *system* Blackberry saja. Pada tahun 2014, tepatnya di bulan September 2014 berubah nama menjadi KAI Access. Aplikasi ini bisa berjalan di operasi *system* Android dan iOS

	2	Apa motivasi dan alasan PT. KAI meluncurkan aplikasi KAI Access tersebut?	Alasan utama yaitu memperluas *alternative channel* teknologi penjualan dengan cara *online*, jadi *customer* tidak usah datang langsung ke stasiun untuk memesan tiket kereta. Alasan lainnya adalah sebagai mengikuti perkembangan jaman teknologi saat ini.
	3	Berapa total pengguna aplikasi KAI Access dari pertama peluncuran sampai saat ini?	Untuk data sampai dengan Februari 2021 : Register atau pendaftar di aplikasi KAI Access sebanyak 4.968.311 pengguna. *Downloder* atau *installer* di operasi *system* Android dan iOS sebanyak 8.753.834 instaler.
	4	Apa tujuan utama dari peluncuran aplikasi KAI Access?	Tujuan utama peluncuran aplikasi KAI Access sebetulnya hampir sama dengan motivasi yaitu lebih memudahkan *customer* melakukan transaksi tanpa harus datang langsung ke stasiun.
D.	**KUALITAS LAYANAN**		
	No.	**Pertanyaan**	**Jawaban**
	1	Apakah layanan dari aplikasi KAI Access merubah semua struktur layanan konvensional ke digital?	Tidak merubah semua layanan konvensional. Layanan konvensional tetap ada, tetapi lebih dikurangi porsinya, karena KAI Access itu mengadopsi layanan konvensional menjadi digital. Layanan konvensional juga bisa disebut dengan semi digital, karena ada sedikit perbedaannya saja, seperti pemesanan tiket pada konvensional harus dating langsung ke stasiun, akan tetapi diprosesnya juga melalui *computer* atau digital.
	2	Layana apa saja yang diberikan di aplikasi KAI Access?	Pemesanan tiket kereta api antar kota, lokal dan kereta api bandara, penambahan tiket dari *e-commerce* lain, pembatalan serta pengubahan jadwal, Lokomart, berita yang dimuat di aplikasi, metode pembayaran yang beragam dengan *cashless*, reduksi atau potongan harga bagi pihak terkait serta integrasi antar moda seperti taksi.
	3	Apakah layanan-layanan tersebut menjawab kebutuhan *customer*?	Secara umum telah menjawab semua kebutuhan konsumen, karena KAI Access jga sebelumnya menganalisa kebutuhan pasar seperti apa.

	4	Bagaimana proses pengaduan dari *customer* apabila ada kesalahan system? Contoh sistemnya eror.	Pengaduan bisa melalui *customer service* lewat *e-mail* ataupun *contact center* 121, karena khusus pengaduan semua layanan dilakukan secara satu pintu. Pengaduan juga bisa melalui media sosial seperti Instagram dan Twitter yang akan merespon cepat tanggapan dari *customer*.
	5	Dengan perkembangan zaman yang sangat cepat, apakah pihak PT. KAI akan mengikuti perkembangan zaman untuk memperbaiki aplikasi KAI Access?	Ini menjadi suatu hal yang sangat pasti, pihak PT. KAI akan terus memperbaiki atau penambahan sesuai dengan kebutuhan konsumen di masa mendatang. Contohnya seperti sekarang zamannya pembayaran melalui *e-wallet*, dulu belum ada *e-wallet* jadi hanya pembayaran debit saja. Terus juga mengusung *paperless*, PT. KAI menyediakan *check-in* dan *boarding* secara *mobile* yang dapat dilakukan melalui *scan barcode* yang ada sesuai dengan tiket yang telah dipesan oleh *customer*.
	6	Kira-kira outlook untuk ke depan, fitur apa yang akan dikembangkan di aplikasi KAI Access untuk menangkap peluang bisnis?	Saat ini karena musimnya sedang pandemi COVID-19, jadi pihak PT. KAI telah memfokuskan kepada protokol kesehatan untuk menggunakan moda transportasi kereta api, seperti penambahan layanan GeNose C19 yang bisa di *booking* melalui aplikasi KAI Access. Hanya saja untuk pemesanan GeNose C19 ini baru terlaksan di dua stasiun saja, untuk kedepannya mungkin diterapkan di semua stasiun kereta api dan ini juga akan dilihat dari kebutuhan sesuai dengan zamannya atau periodenya.
	7	Menurut data dari PlayStore (Android) dan AppStore (iOS), layanan KAI Access masih mendapatkan *rating relative* rendah. Apa saja perbaikan layanan yang akan dibenahi?	Lebih ke perbaikan dari sistemnya sendiri. Dari semua kendala yang dikumpulkan oleh *customer service* dan KAI Access. Bisa dilihat juga dari komentar di AppStore dan PlayStore mengenai kenala yang dikemukakn leh pengguna.

E	**KUALITAS INFORMASI**		
	No.	**Pertanyaan**	**Jawaban**
	1	Apakah informasi yang diberikan dalam aplikasi KAI Access diperbaharui secara berkala?	Dari informasi yang di-*posting* seperti berita pasti diperbaharui secara berkala karena ada tanggal *update posting*-an tersebut.
	2	Kapan jadwal pembaharuan dari informasi tersebut? Apa ada jadwal ruin?	Tidak ada jadwal rutin untuk memperbaharui informasi, akan tetapi setiap informasi yang dimuat di aplikasi KAI Access itu sesuai dengan *website* KAI.
	3	Darimana sumber-sumber informasi yang dimuat di aplikasi KAI Access?	Sumber informasi yang paling utama adalah dari website KAI yang dikelola oleh bagian Hubungan Masyarakat (HUMAS) PT Kereta Api Indonesia (Persero).
F	**PENGGUNAAN**		
	No.	**Pertanyaan**	**Jawaban**
	1	Bagaimana alur proses bisnis dari aplikasi KAI Access? Mulai dari pengguna memesan tiket hingga menggunakan tiket.	Untuk pemesanan tiket : 1. Masuk/daftar terlebih dahulu untuk membuat akun di KAI Access 2. Setelah daftar pada menu beranda, masukan stasiun asal dan tujuan serta tanggal keberangkatan serta kelas kerta dan jumlah penumpang. 3. Klik cari untuk mencari tiket kereta yang tersedia. 4. Pilih salah satu kereta yang akan ditumpangi. 5. Masukan detail kontak dan detail penumpang dengan menggunakan informasi pribadi 6. Pilih kursi yang tersedia dan klik ok setelah memilih. 7. Klik lanjutkan untuk pembayaran. 8. Lihat rincian pemesanan dan klik bayar sekarang. 9. Pilih metode pembayaran yang akan digunakan Untuk menggunakan tiket kereta : 1. Sebelum berangkat menggunakan kereta api, penumpang

			harus melakukan *boarding* terlebih dahulu dengan menunjukan *boarding pass* atau *e-boarding pass*. 2. Jika ingin menggunakan *boarding pass* penumpang harus *check-in* terlebih dahulu di mesin *check-in counter* yang ada di stasiun untuk mencetaknya. 3. Atau jika ingin menggunakan *e-boarding pass* bisa langsung digunakan melalui aplikasi KAI Access. Fitur *check-in* di aplikasi KAI Access akan aktif dua jam sebelum keberangkatan kereta api dan nantinya akan keluar *e-boarding pass*. 4. Siapkan kartu identitas yang sesuai pada saat pengisian pemesanan tiket kereta api. 5. Tunjukan kartu identitas dan *boarding pass* atau *e-boarding pass* ke petugas *boarding* untuk pemeriksaan. 6. *Scan barcode* yang tertera di *boarding pass* atau *QR code* yang tertera di *e-boarding pass*. 7. Naik kereta dengan sesuai nama kereta api, tujuan dan nomor kursi.
	2	Bagaimana alur dari *cancel* dari aplikasi KAI Access?	1. Masuk ke aplikasi KAI Access 2. Masuk ke menu "*Ticket*" pada menu ini pilih kode *booking* untuk tiket yang dibatalkan. 3. Setelah memilih kode *booking* yang akan dibatalkan, akan masuk ke halaman detail tiket, pilih tombol pembatalan atau *cancellation*, tombol ini akan aktif maksimal tiga jam sebelum keberangkatan kereta api. 4. Tunggu pengembalian dana sesuai dengan rekening yang telah didaftarkan, pengembalian dana membutukan waktu 30 hari.
	3	Bagaimana alur pengguna (*user*) untuk memperoleh informasi dari aplikasi KAI Access?	1. Buka aplikasi KAI Access 2. *Scrool* kebawah dan temukan menu Berita. 3. Klik lihat semua untuk melihat semua informasi yang dimuat.
	4	Apakah bisa pengguna mengubah informasi data diri pada aplikasi KAI Access? Bagaimana alurnya?	Untuk mengubah informasi pribadi pengguna bisa, akan tetapi untuk mengubah nomor telepon seluler itu tidak bisa dilakukan oleh pengguna, hanya bisa diubah oleh pihak PT. KAI yang bisa menghubungi *contact center* atau *customer service.*

G.	TERKAIT BISNIS		
	No.	**Pertanyaan**	**Jawaban**
	1	Apakah dengan adanya aplikasi KAI Access mampu menjangkau *customer* lebih luas?	Sangat menjangkau *customer* lebih luas, karena zaman digital. Ditambah dengan kerjasama dengan *e-commerce* lain yang sangat mendukung penjualan tiket kereta api.
	2	Bagaimana persaingan dengan *e-commerce* lainnya? Contoh seperti Tiket.com, Traveloka, dan lain-lain.	Tidak ada persaingan, karena muaranya adalah bagaimana bisa menjual tiket kereta api? Ya dengan cara berkolaborasi dengan pihak *e-commerce* lainnya. Berkolaborasi bukan berarti membuka semua hal yang ada di KAI Access, karena KAI Access juga harus ada eksklusifitasnya juga, contohnya di *e-commerce* lain tidak ada fitur untuk pembatalan tiket kereta api. Lebih ke meniru dari *e-commerce* lain dan menambahkan atau mengurangi fitur yang dianggap penting atau tidak penting.
	3	Apakah aplikasi KAI Access mampu mendorong peningkatan penjualan tiket dari PT. KAI?	Mendorong peningkatan penjualan tiket kereta api, sangat pasti, karena hal ini ada kaitannya dengan *e-commerce* juga yang bisa membantu menjangkau customer lebih luas artinya bisa meningkatkan jumlah penjualan tiket kereta api juga.
	4	Siapa segmen utama pengguna aplikasi KAI Access? Dan mengapa alasannya?	Tidak ada segmen utama untuk aplikasi KAI Access, karena yang diingini adalah aplikasi KAI Access ini mudah digunakan semua pengguna kereta api serta menjangkau semua pengguna kereta api. Akan tetapi dari data yang ada, aplikasi KAI Access di dominasi oleh usia produktif.

FORM WAWANCARA DENGAN INFORMAN PENDUKUNG

Rima Rachmawati

FORM WAWANCARA PENELITIAN

Judul Penelitian :
Analisis Efektivitas Penerapan Mobile Application KAI Access di PT. Kereta Api Indonesia (Persero)

A	**IDENTITAS PEWAWANCARA**		
	Nama Lengkap		BENNY AGUSTIAN
	Status		Mahasiswa
	Program Studi		S1 Administrasi Bisnis
	Fakultas		Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
	Instansi		Universitas Sangga Buana YPKP Bandung
B	**IDENTITAS NARASUMBER**		
	Nama Lengkap		RIMA RACHMAWATI
	Pekerjaan		Karyawan Swasta
	Umur		25 Tahun
	Domisili Kota/Provinsi		Tangerang, Banten
	Tanggal Wawancara		28 Maret 2021
C	**TERKAIT APLIKASI KAI ACCES**		
	1	Apakah anda pengguna aplikasi KAI Access?	Iya, menggunakan aplikasi KAI Access
	2	Sejak kapan anda menggunakan aplikasi KAI Access?	Lebih dari satu tahun, lebih tepatnya di tahun 2018
	3	Seberapa sering anda menggunakan aplikasi KAI Access? Berikan alasannya.	Sebelum adanya pandemi covid-19 sering melakukan perjalanan keluar kota dan juga pemesanan tiket kereta api lokal (Bandung Raya) untuk ibu.
	4	Menurut anda, apakah tampilan aplikasi KAI Access menarik? Mengapa demikian?	Untuk sekarang cukup menarik dibandingkan dengan tampilan yang dahulu.
	5	Apakah aplikasi KAI Access dapat membantu anda dalam pemesanan tiket kereta api?	Bisa membantu, terutama kereta api local (Bandung Raya) karena untuk keperluan ibu.
	6	Apakah aplikasi KAI Access menyita memori ponsel anda?	Tidak menyita ruang memori ponsel, karena lebih dikhususkan ke pemesanan tiket kereta api.
D	**KUALITAS INFORMASI**		
	1	Menurut pendapat anda, apakah informasi yang dimuat dalam aplikasi KAI Access mudah dipahami dan jelas?	Sangat jelas, karena ada informasi mengenai protokol kesehatan di zaman pandemic covid19 ini.
	2	Dari aplikasi KAI Access tersebut, apa informasinya sudah sesuai dengan yang anda harapkan?	Iya, sangat sesuai yg di harapkan, tetapi mungkin lebih ditambahkan informasi mnegenai promo

	3	Informasi seperti apa yang anda harapkan jika dimuat di aplikasi KAI Access?	Seputar dengan promo dari pemesanan kereta api.
	4	Setelah anda mengetahui aplikasi KAI Access, apakah informasi tersebut diperbaharui secara berkala?	Diperbaharui karena ada tanggal updatenya.
E	**KUALITAS LAYANAN**		
	1	Layanan apa saja yang anda ketahui di aplikasi KAI Access?	Perubahan jadwal, pembatalan tiket, status pemesanan.
	2	Apakah layanan yang dimuat dalam aplikasi KAI Access dapat memudahkan anda?	Memudahkan sekali, karena ketika semisal pembatalan tiket kereta tidak usah pergi ke stasiun.
	3	Menurut anda, bagaimana proses pengaduan jika terjadi aplikasi error?	Belum pernah mencoba pengaduan, karena belum ada kendala eror.
	4	Kendala-kendala seperti apa yang anda temukan di aplikasi KAI Access?	Ketika akan melakukan pembayaran, tiba-tiba eror.
F	**PENGGUNAAN**		
	1	Bagaimana proses pemesanan tiket kereta api melalui aplikasi KAI Access?	Sangat mudah, karena ada jadwal yang bisa digeser.
	2	Apa hal tersebut lebih mudah dan efisien atau tidak?	Sangat efisien.
	3	Apakah anda pernah melakukan proses pembatalan tiket kereta api di aplikasi KAI Access? Jika pernah, bagaimana prosesnya dan apakah itu lebih memudahkan anda?	Pernah, tinggal klik bagian pembatalan dan isi data-datanya.
	4	Untuk keperluan apa anda menggunakan aplikasi KAI Access?	Untuk pulang ke Bandung dan keperluan ibu. Keperluan acara keluarga.
G	**KEPUASAN PENGGUNA**		
	1	Seberapa puas anda dengan aplikasi KAI Access? Jelaskan mengapa?	Puas standar, karena ada beberapa hal yang perlu diperhatikan juga untuk perbaikaannya kedepan. Seperti pemberian promo.
	2	Bagaimana pendapat anda mengenai keefektivan aplikasi KAI Access jika dibandingkan dengan *e-commerce* lainnya?	KAI Access lebih spesifik pemesanan tiket kereta api. *e-commerce* lebih rumit karena banyak pilihan fiturnya.
	3	Hal apa yang anda sukai dari aplikasi KAI Access?	Tidak dapat jadwal hari tersebut, bisa geser di tanggal berikutnya, tidak usah setting ulang dari awal.

H	**SARAN UNTUK PENGEMBANGAN APLIKASI**		
	1	Berikan saran anda untuk pengembangan atau perbaikan dari aplikasi KAI Access.	Kereta api local Jawa Barat bisa di pesan melalui aplikasi juga, contoh di Garut belum bisa pesan lewat aplikasi. Pembayaran lewat *e-wallet* lebih diperbanyak lagi. Promo diberikan lebih banyak.

FORM WAWANCARA DENGAN INFORMAN PENDUKUNG

Giri Cahyo Hartono

FORM WAWANCARA PENELITIAN

Judul Penelitian :
Analisis Efektivitas Penerapan Mobile Application KAI Access di PT. Kereta Api Indonesia (Persero)

A	**IDENTITAS PEWAWANCARA**		
	Nama Lengkap		BENNY AGUSTIAN
	Status		Mahasiswa
	Program Studi		S1 Administrasi Bisnis
	Fakultas		Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
	Instansi		Universitas Sangga Buana YPKP Bandung
B	**IDENTITAS NARASUMBER**		
	Nama Lengkap		GIRI CAHYO HARTONO
	Pekerjaan		Karyawan Swasta
	Umur		25 Tahun
	Domisili Kota/Provinsi		Jakarta Pusat, DKI Jakarta
	Tanggal Wawancara		29 Maret 2021
C	**TERKAIT APLIKASI KAI ACCES**		
	1	Apakah anda pengguna aplikasi KAI Access?	Iya, pengguna aktif.
	2	Sejak kapan anda menggunakan aplikasi KAI Access?	Sejak kuliah sekitar tahun 2013.
	3	Seberapa sering anda menggunakan aplikasi KAI Access? Berikan alasannya.	Akhir-akhir ini sering, sekitar 10 kali dalam satu tahun.
	4	Menurut anda, apakah tampilan aplikasi KAI Access menarik? Mengapa demikian?	Menarik, setelah ganti logo.
	5	Apakah aplikasi KAI Access dapat membantu anda dalam pemesanan tiket kereta api?	Lebih nyaman dan sangat membantu serta lebih efektif.
	6	Apakah aplikasi KAI Access menyita memori ponsel anda?	Norma dan tidak begitu menyita. Itu tergantung dari kapasitas memori ponsel.
D	**KUALITAS INFORMASI**		
	1	Menurut pendapat anda, apakah informasi yang dimuat dalam aplikasi KAI Access mudah dipahami dan jelas?	Cukup jelas, tidak membingungkan, alurnya juga jelas tidak membingungkan.
	2	Dari aplikasi KAI Access tersebut, apa informasinya sudah	Sudah sesuai karena nyaman dan tidak membingungkan.

		sesuai dengan yang anda harapkan?	
	3	Informasi seperti apa yang anda harapkan jika dimuat di aplikasi KAI Access?	Protocol kesehatan karena sekarang musim penyakit.
	4	Setelah anda mengetahui aplikasi KAI Access, apakah informasi tersebut diperbaharui secara berkala?	Sudah diperbaharui, apalagi dizaman pandemic covid19, akan tetapi, tidak ada notifikasi yang masuk ketika ada update informasi.
E	**KUALITAS LAYANAN**		
	1	Layanan apa saja yang anda ketahui di aplikasi KAI Access?	Pemesanan tiket, pemilihan kursi dan jadwa, pembatalan kereta 30 menit sebelum pembatalan, pengajuan refund.
	2	Apakah layanan yang dimuat dalam aplikasi KAI Access dapat memudahkan anda?	Sangat memudahkan.
	3	Menurut anda, bagaimana proses pengaduan jika terjadi aplikasi *error*?	Belum pernah mengalami eror.
	4	Kendala-kendala seperti apa yang anda temukan di aplikasi KAI Access?	Ada kesalahan di NIK, tidak bisa diperbaharui, jadi harus input manual setiap beli tiket. Print tiket kereta yang keluar nama orang lain, tapi di data aplikasi sudah betul data pribadi.
F	**PENGGUNAAN**		
	1	Bagaimana proses pemesanan tiket kereta api melalui aplikasi KAI Access?	*Log-in*, masukan data infromasi, memilih jadwal pemberangkatan, pilih kursi, melakukan processing dan pembayaran, selanjutnya dapat kode *booking* dan bayar, print *boarding pass*.
	2	Apa hal tersebut lebih mudah dan efisien atau tidak?	Efisien dan aman, karena konsumen dapat memilih kursi dan kereta secara detail, *e-voucher* dikirimkan lewat *e-mail*.
	3	Apakah anda pernah melakukan proses pembatalan tiket kereta api di aplikasi KAI Access? Jika pernah, bagaimana prosesnya dan apakah itu lebih memudahkan anda?	Belum pernah melakukan pembatalan.
	4	Untuk keperluan apa anda menggunakan aplikasi KAI Access?	Pulang kampung dan dinas luar kota di pulau Jawa.
G	**KEPUASAN PENGGUNA**		
	1	Seberapa puas anda dengan aplikasi KAI Access? Jelaskan mengapa?	Puas dengan nilah 4 dari 5, karena masih ada kendala yang belum dibenahi.

	2	Bagaimana pendapat anda mengenai keefektivan aplikasi KAI Access jika dibandingkan dengan *e-coomerce* lainnya?	Aplikasi KAI Access lebih efektive dan enak, karena lewat *e-commerce* lain ribet. Susah menghubungi call centernya kalau lewat *e-commerce* lain.
	3	Hal apa yang anda sukai dari aplikasi KAI Access?	Nyaman dan mudah, proses *refund* mudah dilihat dari pengalaman teman saya.
H	**SARAN UNTUK PENGEMBANGAN APLIKASI**		
	1	Berikan saran anda untuk pengembangan atau perbaikan dari aplikasi KAI Access.	Secara umum sudah memuaskan, tapi ada beberapa yg perlu diperhatikan, seperti : Ketika ada pembaharuan infromasi, pengguna diberi notifikasi. Pembatalan jadwal harus lebih update di aplikasinya. Untuk pembaharuan data diri lebih dipermudah.

FORM WAWANCARA DENGAN INFORMAN PENDUKUNG

Bayu Himawan

FORM WAWANCARA PENELITIAN

Judul Penelitian :
Analisis Efektivitas Penerapan Mobile Application KAI Access
di PT. Kereta Api Indonesia (Persero)

A	**IDENTITAS PEWAWANCARA**		
	Nama Lengkap		BENNY AGUSTIAN
	Status		Mahasiswa
	Program Studi		S1 Administrasi Bisnis
	Fakultas		Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
	Instansi		Universitas Sangga Buana YPKP Bandung
B	**IDENTITAS NARASUMBER**		
	Nama Lengkap		BAYU HIMAWAN
	Pekerjaan		Dosen Universitas Muhammadiah Tasikmalaya
	Umur		30 Tahun
	Domisili Kota/Provinsi		Boyolali, Jawa Tengah
	Tanggal Wawancara		29 Maret 2021
C	**TERKAIT APLIKASI KAI ACCES**		
	1	Apakah anda pengguna aplikasi KAI Access?	Iya betul.
	2	Sejak kapan anda menggunakan aplikasi KAI Access?	Dari dua tahun lalu.
	3	Seberapa sering anda menggunakan aplikasi KAI Access? Berikan alasannya.	Sebelum pandemic covid19, delapan kali keberangkatan dalam satu bulan. Sekarang sekitar dua bulan sekali.
	4	Menurut anda, apakah tampilan aplikasi KAI Access menarik? Mengapa demikian?	Sejauh ini menarik.
	5	Apakah aplikasi KAI Access dapat membantu anda dalam pemesanan tiket kereta api?	Iya, sangat membantu, karena dapat memudahkan konsumen dalam pemesanan tiket.
	6	Apakah aplikasi KAI Access menyita memori ponsel anda?	Tidak menyita ruang ponsel, karena sangat ringan. Chance nya sangat sedikit sekitar di puluhan MB,
D	**KUALITAS INFORMASI**		
	1	Menurut pendapat anda, apakah informasi yang dimuat dalam aplikasi KAI Access mudah dipahami dan jelas?	Aplikasinya mudah dipahami, gampang diakses juga. Informasinya tidak sering diakses kecuali informasi tentang diskon.
	2	Dari aplikasi KAI Access tersebut, apa informasinya sudah sesuai dengan yang anda harapkan?	Masih ada beberapa yang harus diperbaiki dari segi informasi,

	3	Informasi seperti apa yang anda harapkan jika dimuat di aplikasi KAI Access?	Informasi diskon dan problem seperti perubahan jadwal
	4	Setelah anda mengetahui aplikasi KAI Access, apakah informasi tersebut diperbaharui secara berkala?	Tidak terlalu tau karena tidak ada notifikasi yang masuk mengenai informasi tersebut.
E	**KUALITAS LAYANAN**		
	1	Layanan apa saja yang anda ketahui di aplikasi KAI Access?	Pemesanan tiket, perubahan jadwal, pembatalan, customer service.
	2	Apakah layanan yang dimuat dalam aplikasi KAI Access dapat memudahkan anda?	Sebagai pengguna iya memudahkan, seperti tidak harus mengetik lagi data diri pada saat pemesanan tiket kereta.
	3	Menurut anda, bagaimana proses pengaduan jika terjadi aplikasi error?	Ke customer service atau ke Google PlayStore dan juga ke story Instagram dengan cara tag langsung akun official KAI.
	4	Kendala-kendala seperti apa yang anda temukan di aplikasi KAI Access?	Setahun kemarin sering eror karena update yang harus log-in ulang. Sempat log-in tapi password salah padahal password yang dimasukan sudah benar. Ketika ada diskon atau informasi terbaru tidak ada notifikasinya. Dulu pemilihan kursi susah, tapi sekarang mudah diakses.
F	**PENGGUNAAN**		
	1	Bagaimana proses pemesanan tiket kereta api melalui aplikasi KAI Access?	Buka aplikasi, cek jadwal, pilih kereta sesuai jadwal dan harganya terjangkau sesuai range kereta terbaru atau kereta lama, pilih kursi yang dipilih, klik data diri, pembayaran melalui channel yang dipilih, sekitar 10 menitan tiket sudah muncul di email dan di aplikasi, 1 am sebelum keberangkatan cetak boarding pass.
	2	Apa hal tersebut lebih mudah dan efisien atau tidak?	Lebih efisien, pembayaran sudah bisa menggunakan apapun, tidak usah anteri karena boarding pass bisa di aplikasi.
	3	Apakah anda pernah melakukan proses pembatalan tiket kereta api di aplikasi KAI Access? Jika pernah, bagaimana prosesnya dan apakah itu lebih memudahkan anda?	Pernah beberapa kali, 24 jam sebelum pemberangkatan, memasukan data diri dan nomor rekening.
	4	Untuk keperluan apa anda menggunakan aplikasi KAI Access?	Untuk keperluan kerja di Tasikmalaya dan Kota Bandung.

G	**KEPUASAN PENGGUNA**		
	1	Seberapa puas anda dengan aplikasi KAI Access? Jelaskan mengapa?	4,8/5, karena merasa puas dan tidak ribet sebagai pengguna. Memakai aplikasi KAI Acces menolong sekali.
	2	Bagaimana pendapat anda mengenai keefektivan aplikasi KAI Access jika dibandingkan dengan e-coomerce lainnya?	Kelebihan aplikasi KAI Access bisa paperless yang sangat efektiv.
	3	Hal apa yang anda sukai dari aplikasi KAI Access?	Tidak adanya biaya administrasi tambahan.
H	**SARAN UNTUK PENGEMBANGAN APLIKASI**		
	1	Berikan saran anda untuk pengembangan atau perbaikan dari aplikasi KAI Access.	Papaerless yang harus cahayanya disesuaikan. Informs harus ada notifikasi Tampilannya harus diupdate lagi agar lebih segar.

FORM WAWANCARA DENGAN INFORMAN PENDUKUNG

Muhamad Chaerul Adha

FORM WAWANCARA PENELITIAN

Judul Penelitian :
Analisis Efektivitas Penerapan Mobile Application KAI Access di PT. Kereta Api Indonesia (Persero)

A	**IDENTITAS PEWAWANCARA**		
	Nama Lengkap		BENNY AGUSTIAN
	Status		Mahasiswa
	Program Studi		S1 Administrasi Bisnis
	Fakultas		Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
	Instansi		Universitas Sangga Buana YPKP Bandung
B	**IDENTITAS NARASUMBER**		
	Nama Lengkap		MUHAMAD CHAERUL ADHA
	Pekerjaan		Wirausaha Bidang Jasa
	Umur		30 Tahun
	Domisili Kota/Provinsi		Kota Bandung, Jawa Barat
	Tanggal Wawancara		29 Maret 2021
C	**TERKAIT APLIKASI KAI ACCES**		
	1	Apakah anda pengguna aplikasi KAI Access?	Iya betul.
	2	Sejak kapan anda menggunakan aplikasi KAI Access?	Sekitar sejak tahun 2018 atau 2019
	3	Seberapa sering anda menggunakan aplikasi KAI Access? Berikan alasannya.	Tiga sampai empat kali dalam satu bulan, untuk keperluan bisnis dan keluarga.
	4	Menurut anda, apakah tampilan aplikasi KAI Access menarik? Mengapa demikian?	Cukup *friendly* dan cukup bagus.
	5	Apakah aplikasi KAI Access dapat membantu anda dalam pemesanan tiket kereta api?	Membatu sekali.
	6	Apakah aplikasi KAI Access menyita memori ponsel anda?	Tidak menyita memori ponsel.
D	**KUALITAS INFORMASI**		
	1	Menurut pendapat anda, apakah informasi yang dimuat dalam aplikasi KAI Access mudah dipahami dan jelas?	Mudah dipahami, bahasanya awam. Dimulai dari perintah dan petunjuk serta informasi cukup dipahami.
	2	Dari aplikasi KAI Access tersebut, apa informasinya sudah sesuai dengan yang anda harapkan?	Cukup diharapkan sampai saat ini.

	3	Informasi seperti apa yang anda harapkan jika dimuat di aplikasi KAI Access?	Mengenai aturan jelas perjalanan protocol kesehatan yang dirubah-rubah yang akan membingungkan pengguna kereta.
	4	Setelah anda mengetahui aplikasi KAI Access, apakah informasi tersebut diperbaharui secara berkala?	Membuka aplikasi KAI Access sesuai kebutuhan, jadi tidak tau update mengenai informasi.
E	**KUALITAS LAYANAN**		
	1	Layanan apa saja yang anda ketahui di aplikasi KAI Access?	Pemesanan tiket jarak jauh dan local, pemesanan makanan, ada *point* ketika setelah memesan tiket kereta api.
	2	Apakah layanan yang dimuat dalam aplikasi KAI Access dapat memudahkan anda?	Memudahkan dan membantu, dalam segi pemesanan secara langsung, bisa memilih tempat duduk, pembayaran lancer melalui merchant lain.
	3	Menurut anda, bagaimana proses pengaduan jika terjadi aplikasi error?	Pernah, mengadukan melalui sosial media.
	4	Kendala-kendala seperti apa yang anda temukan di aplikasi KAI Access?	Terlalu lama untuk melakukan reservasi, pada saat *high seasson* tidak ada penambahan lagi kursi,
F	**PENGGUNAAN**		
	1	Bagaimana proses pemesanan tiket kereta api melalui aplikasi KAI Access?	Memudahkan.
	2	Apa hal tersebut lebih mudah dan efisien atau tidak?	Sangat memudahkan sekali, khususnya *paperless check-in* yang bisa mengurangi waktu.
	3	Apakah anda pernah melakukan proses pembatalan tiket kereta api di aplikasi KAI Access? Jika pernah, bagaimana prosesnya dan apakah itu lebih memudahkan anda?	Belum pernah melakukan aplikasi KAI Access, tapi dari e-commerce lain pernah.
	4	Untuk keperluan apa anda menggunakan aplikasi KAI Access?	Hanya untuk bisnis dan keperlun keluarga.
G	**KEPUASAN PENGGUNA**		
	1	Seberapa puas anda dengan aplikasi KAI Access? Jelaskan mengapa?	Cukup puas dengan nilai 3/5, karena netral yang pengguna hanya saat keperluan memesan tiket saja.
	2	Bagaimana pendapat anda mengenai keefektivan aplikasi KAI Access jika dibandingkan dengan *e-commerce* lainnya?	Benefit yang didapatkan pada setip e-commerce seperti adanya point dan gift yang ada di aplikasi KAI Access masih kurang.

	3	Hal apa yang anda sukai dari aplikasi KAI Access?	Aplikasinya milik PT. Kereta Api Indonesia. Di *e-commerce* lain habis tiketnya, di aplikasi KAI Access masih tersedia tiket.
H	**SARAN UNTUK PENGEMBANGAN APLIKASI**		
	1	Berikan saran anda untuk pengembangan atau perbaikan dari aplikasi KAI Access.	Lebih kepada seringnya update informasi mengenai aturan penumpang disaat pandemi COVID-19. Fast response dari *customer service* masih kurang. Peluasan fitur lain seperti pembelian pulsa di aplikasi KAI Access.

FORM WAWANCARA DENGAN INFORMAN PENDUKUNG

Resa Putri Rahayu

FORM WAWANCARA PENELITIAN

Judul Penelitian :
Analisis Efektivitas Penerapan Mobile Application KAI Access di PT. Kereta Api Indonesia (Persero)

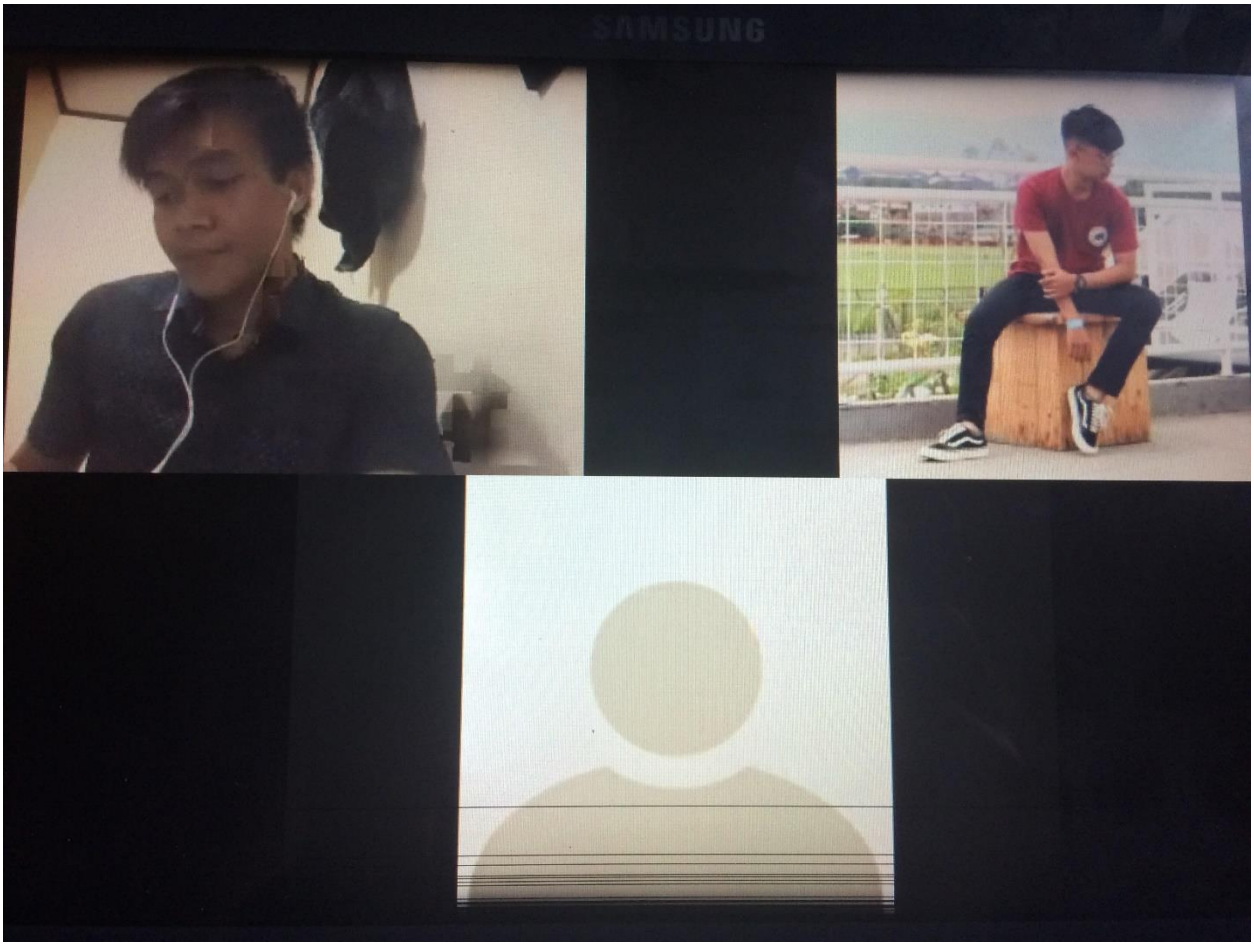
A	**IDENTITAS PEWAWANCARA**		
	Nama Lengkap		BENNY AGUSTIAN
	Status		Mahasiswa
	Program Studi		S1 Administrasi Bisnis
	Fakultas		Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
	Instansi		Universitas Sangga Buana YPKP Bandung
B	**IDENTITAS NARASUMBER**		
	Nama Lengkap		RESA PUTRI RAHAYU
	Pekerjaan		Mahasiswa
	Umur		20 Tahun
	Domisili Kota/Provinsi		Rancaekek, Kabupaten Bandung
	Tanggal Wawancara		30 Maret 2021
C	**TERKAIT APLIKASI KAI ACCES**		
	1	Apakah anda pengguna aplikasi KAI Access?	Iya, betul
	2	Sejak kapan anda menggunakan aplikasi KAI Access?	Sekitar dua tahun yang lalu.
	3	Seberapa sering anda menggunakan aplikasi KAI Access? Berikan alasannya.	Sering banget, karena ke kampus pakai kereta api local.
	4	Menurut anda, apakah tampilan aplikasi KAI Access menarik? Mengapa demikian?	Cukup menarik karena fiturnya lengkap.
	5	Apakah aplikasi KAI Access dapat membantu anda dalam pemesanan tiket kereta api?	Sangat membantu, tidak usah mengantri.
	6	Apakah aplikasi KAI Access menyita memori ponsel anda?	Tidak terlalu menyita. Karena jika sudah log-out tidak menyita memori lagi.
D	**KUALITAS INFORMASI**		
	1	Menurut pendapat anda, apakah informasi yang dimuat dalam aplikasi KAI Access mudah dipahami dan jelas?	Aplikasinya jelas dan dipahami. Informasinya sudah bagus, karena terupdate, membantu pengguna.
	2	Dari aplikasi KAI Access tersebut, apa informasinya sudah	Sampai saat ini sudah sesuai.

		sesuai dengan yang anda harapkan?	
	3	Informasi seperti apa yang anda harapkan jika dimuat di aplikasi KAI Access?	Lebih memperkaya dari segi perubahan peraturan naik kereta api. Informsi persyaratan protocol kesehatan
	4	Setelah anda mengetahui aplikasi KAI Access, apakah informasi tersebut diperbaharui secara berkala?	Informasinya diperbaharui secara realtime yang diupdate.
E	**KUALITAS LAYANAN**		
	1	Layanan apa saja yang anda ketahui di aplikasi KAI Access?	Pemesanan tiket jarak jauh dan local, pembatalan tiket, perubahan jadwal, kereta api bandara, penambahan pemesanan tiket.
	2	Apakah layanan yang dimuat dalam aplikasi KAI Access dapat memudahkan anda?	Kurang efisien dalam bertransaksi karena tidak ada saldo dari aplikasi KAI Access tersebut. Harus membuka aplikasi lain.
	3	Menurut anda, bagaimana proses pengaduan jika terjadi aplikasi error?	Lumayan sering, tidak pernah mengadukan hal eror, nunggu saja sampai aplikasi berjalan normal,
	4	Kendala-kendala seperti apa yang anda temukan di aplikasi KAI Access?	Belum fleksibel dan belum merata antara kereta api jarak jauh dan kereta api local.
F	**PENGGUNAAN**		
	1	Bagaimana proses pemesanan tiket kereta api melalui aplikasi KAI Access?	Sangat mudah dan efisien, bisa memilih nomor kursi.
	2	Apa hal tersebut lebih mudah dan efisien atau tidak?	Efisien dan mudah
	3	Apakah anda pernah melakukan proses pembatalan tiket kereta api di aplikasi KAI Access? Jika pernah, bagaimana prosesnya dan apakah itu lebih memudahkan anda?	Pernah membatalkan tiket kereta, tapi tidak bisa membatalkan tiket kereta api lokal
	4	Untuk keperluan apa anda menggunakan aplikasi KAI Access?	Pergi ke kampus dan liburan.
G	**KEPUASAN PENGGUNA**		
	1	Seberapa puas anda dengan aplikasi KAI Access? Jelaskan mengapa?	3/5, karena masih banyak layanan yang harus ditingkatkan lagi, dari customer service nya belum ada, transaksi harus buka aplikasi lain.
	2	Bagaimana pendapat anda mengenai keefektivan aplikasi	Belum pernah pakai aplikasi pemesanan tiket kereta api lainnya.

		KAI Access jika dibandingkan dengan e-coomerce lainnya?	KAI Acces cepat dan tidak loading.
	3	Hal apa yang anda sukai dari aplikasi KAI Access?	Pemesanan tiket sesuai jadwal dengan efisien, waktu kereta yang ditampilkan di aplikasi KAI Access sangat akurat.
H	**SARAN UNTUK PENGEMBANGAN APLIKASI**		
	1	Berikan saran anda untuk pengembangan atau perbaikan dari aplikasi KAI Access.	Lebih diperkaya lagi dengan fitur yang lebih membantu konsumen. Layanan aduan customer lebih ditingkatkan. Kereta api local opsi fiturnya tidak sebanyak kereta api jarak jauh.

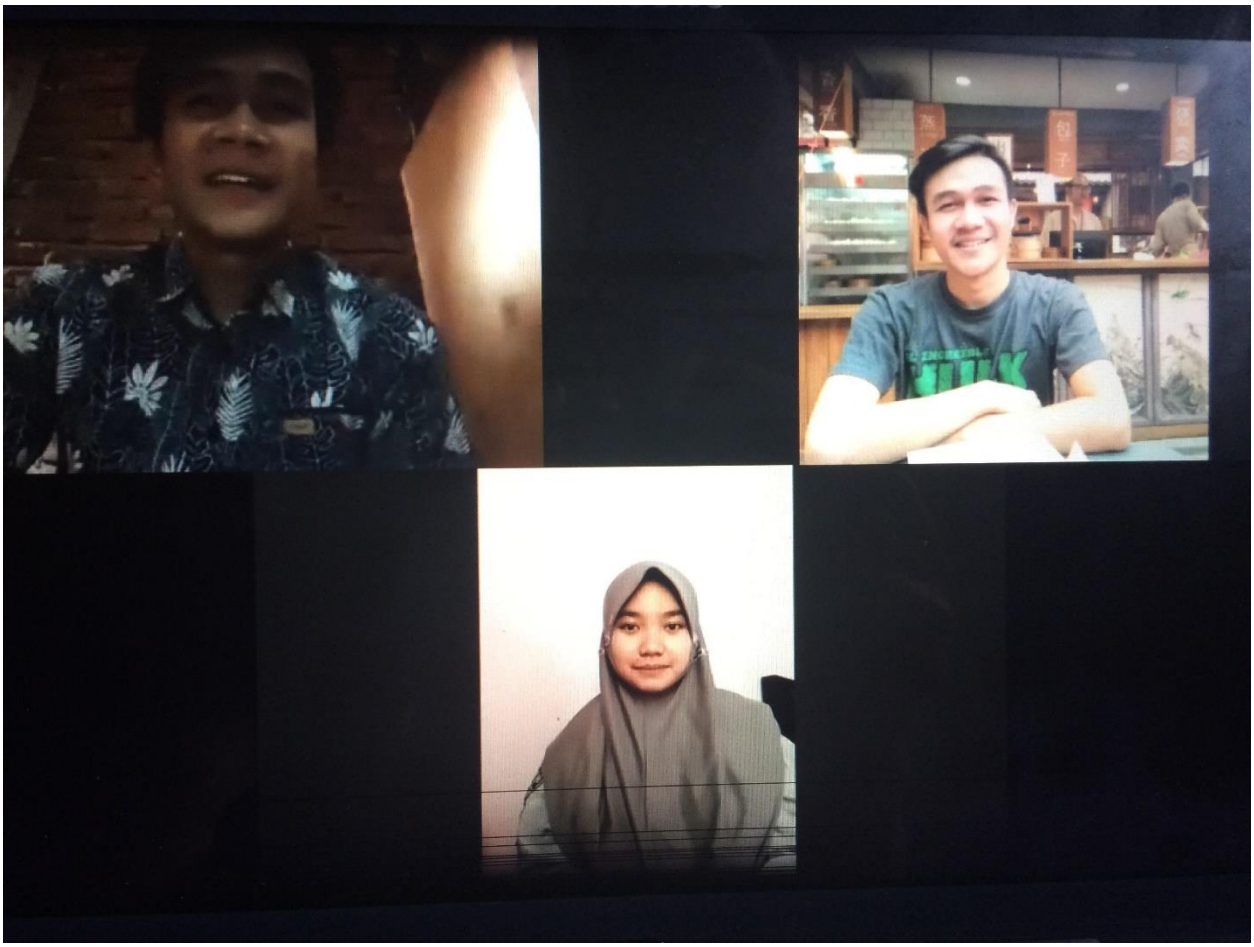
TANGKAPAN LAYAR HASIL WAWANCARA MELALUI *ZOOM MEETING*

Muhammad Nauval Hidayantho


SAMSUNG

TANGKAPAN LAYAR HASIL WAWANCARA MELALUI *ZOOM MEETING*

Rima Rachmawati



TANGKAPAN LAYAR HASIL WAWANCARA MELALUI *ZOOM MEETING*

Giri Cahyo Hartono

TANGKAPAN LAYAR HASIL WAWANCARA MELALUI *ZOOM MEETING*

Muhamad Chaerul Adha

TANGKAPAN LAYAR HASIL WAWANCARA MELALUI *ZOOM MEETING*

Bayu Himawan

SAMSUNG

TANGKAPAN LAYAR HASIL WAWANCARA MELALUI *ZOOM MEETING*

Resa Putri Rahayu

SAMSUNG

FORM PERTANYAAN KUESIONER

FORM PERTANYAAN KUESIONER

Judul Penelitian : Analisis Efektivitas Penerapan Mobile Application KAI Access di PT. Kereta Api Indonesia (Pesero)

A	INFORMASI PRIBADI							
	NO	PERTANYAAN	JAWABAN					
	1	Usia		< 16 tahun	16 s/d 25 tahun	26 s/d 35 tahun	36 s/d 45 tahun	Lebih 45 tahun
	2	Kota/Kabupaten						
	3	Provinsi						
	4	Jenis Kelamin	Laki-laki			Perempuan		
	5	Pekerjaan	Karyawan	Mahasiswa	Swasta	PNS	Wirausaha	Lainnya
	6	Alamat Email AKTIF						
	7	Apakah anda pengguna aplikasi KAI Access?	Ya			Tidak		
B	TERKAIT APLIKASI KAI ACCESS							
	NO	PERTANYAAN	JAWABAN					
	1	Seberapa sering anda menggunakannya?	Tidak Pernah	Jarang	Kadang-Kadang	Sering	Sangat Sering	
	2	Apakah aplikasi KAI Access mudah untuk dijalankan?	Sangat Susah	Susah	Biasa Saja	Mudah	Sangat Mudah	
	3	Apakah aplikasi KAI Access menyita ruang memori di ponsel anda?			Sangata Menyita	Menyita	Tidak Menyita	
	4	Apakah KAI Access membantu anda dalam memesan tiket kereta api?			Tidak Membantu	Membantu	Sangat Membantu	
	5	Menurut anda, apakah tampilan aplikasi KAI Access menarik?		Tidak Menarik	Biasa Saja	Menarik	Sangat Menarik	

C	TERKAIT INFORMASI DARI APLIKASI KAI ACCESS						
	NO	PERTANYAAN	JAWABAN				
	1	Apakah anda memahami setiap informasi yang dimuat dalam aplikasi KAI Access?	Sangat Tidak Paham	Tidak Paham	Cukup Paham	Paham	Sangat Paham
	2	Apakah informasi yang diberikan sudah jelas?	Sangat Belum Jelas	Belum Jelas	Cukup Jelas	Sudah Jelas	Sangat Jelas
	3	Apakah Informasi yang diberikan sudah sesuai dengan apa yang anda harapkan?	Sangat Belum Sesuai	Belum Sesuai	Cukup Sesuai	Sudah Sesuai	Sangat Sesuai
	4	Apakah informasi yang diberikan sesuai dengan spesifikasi aplikasi?	Sangat Belum Sesuai	Belum Sesuai	Cukup Sesuai	Sudah Sesuai	Sangat Sesuai
	5	Menurut anda, apakah informasi yang diberikan diperbaharui secara berkala?		Tidak Pernah Diperbaharui	Jarang Diperbaharui	Di-perbaharui	Sering Diperbaharui
	6	Apakah informasi yang diberikan mudah anda dapatkan?		Sangat Tidak Mudah	Tidak Mudah	Cukup Mudah	Sangat Mudah
	TERKAIT LAYANAN DAN PENGGUNAAN APLIKASI KAI ACCESS						
	NO	PERTANYAAN	JAWABAN				
	1	Apakah fitur layanan dari aplikasi KAI Access mudah dijalankan?		Sangat Tidak Mudah	Tidak Mudah	Cukup Mudah	Sangat Mudah
	2	Menurut anda, apakah proses pemesanan tiket kerta api di aplikasi KAI Access terlalu ribet?		Sangat Ribet	Ribet	Cukup Ribet	Tidak Ribet
	3	Apakah proses pengaduan layanan seperti pembatalan dan claim, mudah untuk dilakukan?		Sangat Tidak Mudah	Tidak Mudah	Cukup Mudah	Sangat Mudah
	4	Apakah layanan dari aplikasi KAI Access mudah dipahami?		Sangat Sulit Dipahami	Sulit Dipahami	Cukup Paham	Mudah Dipahami

D	5	Apakah ada kendala ketika menjalankan aplikasi? contoh aplikasi lemot (loading terlalu lama).			Sering Lemot	Cukup Lemot	Tidak Lemot
	6	Apakah aplikasi handal saat dipakai/dijalankan?		Sangat Tidak Handal	Tidak Handal	Cukup Handal	Sangat Handal
	7	Apakah penggunaan aplikasi KAI Access dari mulai log-in sampai e-voucher terbit sangat mudah?		Sangat Tidak Mudah	Tidak Mudah	Cukup Mudah	Sangat Mudah
	8	Apakah proses mengubah informasi data diri pada aplikasi KAI Access sangat mudah?		Sangat Sulit	Sulit	Mudah	Sangat Mudah
		TERKAIT KEPUASAN PENGGUNA APLIKASI KAI ACCESS					
	NO	PERTANYAAN	JAWABAN				
	1	Apakah anda senang menggunakan aplikasi KAI Access?		Sangat Tidak Senang	Tidak Senang	Senang	Sangat Senang
	2	Apakah anda puas menggunakan aplikasi KAI Access?		Sangat Tidak Puas	Tidak Puas	Puas	Sangat Puas
E	3	Apakah anda akan menjadikan aplikasi KAI Access untuk memesan tiket kereta api? walaupun adaa commerce lain			Ya	Mungkin	Tidak
	4	Hal apa yang paling anda suka dari aplikasi KAI Access?					

	5	Apa ada hal lain yang anda ingin sampaikan mengenai kepuasan menggunakan aplikasi KAI Access?	