



**ANALISIS KUALITAS PEMESANAN TIKET KERETA API TERHADAP
KEPUASAN PENGGUNA PADA APLIKASI KAI ACCESS,
TRAVELOKA, DAN PEGIPEGI**

SKRIPSI

Oleh:

Dheta Indra Edwina Ayu Elviera

152410101121

PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI

FAKULTAS ILMU KOMPUTER

UNIVERSITAS JEMBER

2019



**ANALISIS KUALITAS PEMESANAN TIKET KERETA API TERHADAP
KEPUASAN PENGGUNA PADA APLIKASI KAI ACCESS,
TRAVELOKA, DAN PEGIPEGI**

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Sarjana (S1) Program Studi Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer Universitas Jember dan mencapai gelar Sarjana Komputer

Oleh:

Dheta Indra Edwina Ayu Elviera

152410101121

PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI

FAKULTAS ILMU KOMPUTER

UNIVERSITAS JEMBER

2019

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Tuhan Yesus Kristus; Juruselamat, Bapa, dan sahabat yang setia yang senantiasa menyertai, memberkati, dan menuntun dalam setiap langkah kehidupan saya;
2. Papa Deny Indra Aulia Jaya dan Mama Edwin Wara Hartanti;
3. Saudara kandung Raihan Indra Dewana Putra, Zeyla Adindra Putri Immanuela dan Zefano Nathanael Indra Arkatama;
4. Kakek R. Soedarmoyo dan Nenek Lumrahati;
5. Bu Oktalia Juwita selaku Dosen Pembimbing Akademik dan Dosen Pembimbing Utama;
6. Bu Ifrina Nuritha selaku Dosen Pembimbing Pendamping;
7. Teman-teman terdekat saya selama perkuliahan; JBR;
8. Muhammad Dhais Firmansyah yang selalu memotivasi saya;
9. Guru-guru dan tenaga pengajar saya sejak taman kanak-kanak sampai dengan perguruan tinggi;
10. Almamater Program Studi Sistem Informasi Universitas Jember.

MOTTO

“Berilah tanpa diminta,
Bahagikanlah selagi bisa.”



PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

nama : Dheta Indra Edwina Ayu Elviera

NIM : 152410101121

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul “Analisis Kualitas Pemesanan Tiket Kereta Api Terhadap Kepuasan Pengguna pada Aplikasi Kai Access, Traveloka, dan Pegipegi” adalah benar-benar hasil karya saya sendiri, kecuali jika ada pengutipan substansi disebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada instansi manapun, dan bukti karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, ttanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 4 Februari 2019

Yang menyatakan,

Dheta Indra Edwina Ayu Elviera

NIM 152410101121

SKRIPSI

**ANALISIS KUALITAS PEMESANAN TIKET KERETA API TERHADAP
KEPUASAN PENGGUNA PADA APLIKASI KAI ACCESS, TRAVELOKA,
DAN PEGIPEGI**

Oleh:

Dheta Indra Edwina Ayu Elviera

152410101121

Pembimbing :

Dosen Pembimbing Utama : Oktalia Juwita, S.Kom., M.MT

Dosen Pembimbing Pendamping : Ifrina Nuritha, S.Kom., M.Kom

PENGESAHAN PEMBIMBING

Skripsi berjudul “Analisis Kualitas Pemesanan Tiket Kereta Api Terhadap Kepuasan Pengguna pada Aplikasi Kai Access, Traveloka, dan Pegipegi”, telah diuji dan disahkan pada:

hari, tanggal : Jumat, 8 Februari 2019

tempat : Fakultas Ilmu Komputer Universitas Jember

Disetujui oleh :

Pembimbing I,

Pembimbing 2,

Oktalia Juwita, S.Kom., M.MT
NIP 198110202014042001

Ifrina Nuritha, S.Kom., M.Kom
NIP 760016786

PENGESAHAN

Skripsi berjudul “Analisis Kualitas Pemesanan Tiket Kereta Api Terhadap Kepuasan Pengguna pada Aplikasi KAI Access, Traveloka, dan Pegipegi”, telah diuji dan disahkan pada:

hari, tanggal : Jumat, 8 Februari 2019

tempat : Fakultas Ilmu Komputer Universitas Jember

Disetujui oleh :

Penguji I,

Penguji 2,

M. Arief Hidayat, S.Kom., M.Kom.
NIP 19810123 201012 1 003

Beny Prasetyo, S.Kom., M.Kom.
NIP 760016852

Mengesahkan

Dekan Fakultas Ilmu Komputer,

Prof. Dr. Saiful Bukhori, ST., M.Kom

NIP 196811131994121001

RINGKASAN

Analisis Kualitas Pemesanan Tiket Kereta Api Terhadap Kepuasan Pengguna pada Aplikasi Kai Access, Traveloka, dan Pegipegi; Dheta Indra Edwina Ayu Elviera, 152410101121, 2019; 151 Halaman, Program Studi Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer Universitas Jember.

E-CRM adalah pendekatan yang dilakukan oleh korporasi kepada pelanggan pada level bisnis dengan basis elektronik. Penggunaan E-CRM membuat perusahaan lebih mudah dalam mendapatkan kewenangan atas pelanggan, dan perusahaan dapat lebih leluasa dan mudah dalam melakukan komunikasi dengan pelanggan sehingga membuat pelanggan lebih interaktif sehingga dapat meningkatkan hubungan antara perusahaan dengan pelanggan. Salah satu perusahaan yang menerapkan E-CRM di Indonesia adalah Persero Kereta Api Indonesia (PT. KAI). Penerapan yang dilakukan oleh PT. KAI adalah melalui aplikasi KAI Access dan situs resminya. Layanan yang diberikan oleh PT. KAI kepada pelanggan sebagai bentuk penerapan E-CRM melalui aplikasi dan sistem resminya, diantaranya dapat melihat jadwal kereta api, memeriksa harga tiket, memeriksa ketersediaan kursi, memesan makanan dan melakukan *live chat* dengan *customer service*. Selain itu, PT. KAI juga melakukan kerja sama dengan beberapa *platform* penjual tiket transportasi secara *online* seperti Traveloka dan PegiPegi.

Animo masyarakat dalam menggunakan layanan pemesanan tiket kereta api melalui mitra resmi PT. KAI menjadi permasalahan yang perlu dikaji lebih dalam untuk mengetahui bagaimana persepsi masyarakat, dan mengkaji apa saja yang seharusnya dipertahankan, ditingkatkan, dan dihilangkan dalam aplikasi layanan pemesanan tiket kereta api secara *online* dalam aplikasi resmi PT. KAI. Analisis tersebut dapat dilakukan dengan menggunakan metode *Importance-Performance Analysis* (IPA) dengan dimensi *Usability*, *Information Quality*, dan *Service Interaction* dan melihat pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan (*User Satisfaction*). Hasil dari

penelitian ini adalah membandingkan kualitas pemesanan tiket kereta api dalam aplikasi Traveloka, PegiPegi, dan KAI Access, serta memberikan saran untuk peningkatan aplikasi KAI Access agar lebih dipilih untuk digunakan sebagai sarana pemesanan tiket kereta api secara *online*.



PRAKATA

Puji syukur saya panjatkan ke hadirat Tuhan Yesus Kristus, atas segala berkat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Kualitas Pemesanan Tiket Kereta Api Terhadap Kepuasan Pengguna pada Aplikasi Kai Access, Traveloka, dan Pegipegi.” Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan Strata Satu (S1) pada Program Studi Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer Universitas Jember.

Penyusunan ini tidak lepas dari bantuan berbaai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terimakasih kepada:

1. Dr. Saiful Bukhori, ST., M.Kom., selaku Penjabat Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas Jember;
2. Oktalia Juwita, S.Kom, M.MT. selaku Dosen Pembimbing Akademik dan Dosen Pembimbing Utama, serta Ifrina Nuritha, S.Kom., M.Kom. selaku Dosen Pembimbing Pendamping;
3. Seluruh Bapak dan Ibu dosen serta staf karyawan di Program Studi Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer Universitas Jember;
4. Guru-guru dan tenaga pengajar saya sejak taman kanak-kanak sampai dengan perguruan tinggi;
5. Papa Deny Indra Aulia Jaya dan Mama Edwin Wara Hartanti
6. Saudara kandung Raihan Indra Dewana Putra, Zeyla Adindra Putri Immanuela dan Zefano Nathanael Indra Arkatama;
7. Kakek R. Soedarmoyo dan Nenek Lumrahati, yang telah menjadi Bapak dan Ibu terbaik dalam hidup saya;
8. Keluarga GBT Imanuel Jember dan teman-teman rohani yang selalu menguatkan saya di dalam Tuhan;
9. Teman-teman terdekat saya selama perkuliahan; JBR (Farisya Ahdin, Dianita Tri, Mega Hikmah, Sekar Elok, Rossita Dian, Fitri Fatimah, Sahriatus Soviah,

Raudhatun Nisa, Devi Rohmatulloh, dan Fitri Febriyanti) yang selalu memberikan dukungan, semangat, dan siap sedia untuk menampung saya di kos masing-masing;

10. Muhammad Dhais Firmansyah yang selalu memotivasi saya dan mengajarkan banyak hal baru;
11. Angkatan ke-7 Program Studi Sistem Informasi Universitas Jember (Selection);
12. Semua mahasiswa Program Studi Sistem Informasi Universitas Jember yang telah membantu selama perkuliahan, baik segi akademik maupun dalam non akademik;
13. Twitter; media social yang benar-benar membantu saya dalam mencari responden dalam penelitian ini.
14. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.

Penulis menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari sempurna, oleh sebab itu penulis mengharapkan adanya masukan yang bersifat membangun dari semua pihak. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Jember, 4 Februari 2019

Penulis

DAFTAR ISI

PERSEMBAHAN	ii
MOTTO	iii
PERNYATAAN	iv
SKRIPSI	v
PENGESAHAN PEMBIMBING	vi
PENGESAHAN	vii
RINGKASAN	viii
PRAKATA	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	2
1.1 Latar Belakang	2
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Batasan Masalah	5
1.4 Tujuan Penelitian	6
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	20
2.1 PT.Kereta Api Indonesia	20
2.2 <i>Customer Relationship Management</i>	20
2.3 <i>Electronic Customer Relationship Management</i>	8
2.4 <i>WebQual</i>	9
2.5 <i>End-User Computing Satisfaction</i>	13
2.6 <i>Importance-Performance Analysis</i>	15
2.7 Regresi Linear Berganda	19
2.8 Uji Validitas	19
2.9 Uji Reliabilitas	20
2.10 Uji Asumsi Klasik	21

2.10.1	Uji Linearitas	21
2.10.2	Uji Outlier	21
2.11	Uji t	21
2.12	Uji F (ANOVA)	22
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN		20
3.1	Jenis Penelitian	20
3.2	Objek Penelitian	20
3.3	Tempat dan Waktu Penelitian	20
3.4	Tahapan Penelitian	24
3.4.1	Studi Literatur	24
3.4.2	Pembuatan Model Konseptual Berdasarkan Literatur	24
3.4.3	Penyusunan Hipotesis	27
3.4.4	Penentuan Metode Pengambilan Sampel	29
3.4.5	Penyusunan Instrumen Pengukuran	29
3.4.6	Pengujian Instrumen Pengukuran	37
3.4.7	Penyebaran Kuesioner	37
3.4.8	Analisis Data	38
3.4.9	Pengukuran Menggunakan Dimensi <i>WEBQUAL</i> 4.0	39
3.4.10	Analisis Data Menggunakan Importance-Performance Analysis	39
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA		20
4.1	Instrumen Penelitian	20
4.2	Data Sampel	47
4.3	Hasil Analisa	48
4.3.1	Uji Instrumen	48
4.3.1.1	Uji Validitas	48
4.3.1.2	Uji Reliabilitas	67
4.3.2	Uji Asumsi Klasik	71
4.3.2.1	Uji Linearitas	71
4.3.2.2	Uji <i>Outlier</i>	75
4.3.3	Uji Regresi Linear Berganda	76

4.3.3.1 Uji t	76
4.3.3.2 Uji F (ANOVA)	81
4.3.4 Perhitungan Kuesioner	84
4.3.5 Tingkat Kesesuaian	85
4.3.6 Analisis Kesenjangan (<i>Gap</i>)	88
4.3.7 Kuadran Importance-Performance Analysis (IPA)	92
BAB 5 PEMBAHASAN	96
5.1 Pengaruh Dimensi <i>WebQual</i> 4.0 terhadap <i>User Satisfaction</i>	96
5.1.1 Traveloka	96
5.1.2 PegiPegi	99
5.1.3 KAI Access	101
5.2 Perbedaan Kualitas Pemesanan Tiket Kereta Api Melalui Traveloka, PegiPegi dan KAI Access dengan Metode <i>WebQual</i> 4.0	103
5.3 Analisis <i>Importance-Performance Analysis</i> terhadap Pemesanan Tiket Kereta Api di Aplikasi KAI Access	106
BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN	110
6.1 Kesimpulan	110
6.2 Saran	112
DAFTAR PUSTAKA	114
LAMPIRAN	112
1. Kuesioner Pemilihan Aplikasi Pemesanan Tiket Kereta Api Online	112
2. Kuesioner Evaluasi Layanan Aplikasi dalam Pemesanan Tiket Kereta Api (dengan menggunakan instrumen penelitian dari <i>WebQual</i> 4.0)	118

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Diagram E-CRM	9
Gambar 2.2 Model Pengukuran End-User Computing Science.....	14
Gambar 2.3 Matriks Importance Performance Analysis (IPA).....	17
Gambar 3.1 Tahapan Penelitian	24
Gambar 3.2 Diagram Radar Pengukuran dengan Metode WEBQUAL 4.0	25
Gambar 3.3 Hasil Uji Reliabilitas Berdasarkan Dimensi dan Skalanya	25
Gambar 3.4 Model Konseptual Pengukuran End-User Computing Satisfaction.....	26
Gambar 4.1 Rangkuman Usia Responden	47
Gambar 4.2 Intensitas Penggunaan Aplikasi dalam Transaksi Pemesanan Tiket Kereta Api.....	48
Gambar 4.3 Kuadran IPA Pemesanan Tiket Kereta Api pada Aplikasi KAI Access .	92
Gambar 5.1 Diagram Radar Berdasarkan Angka Reliabilitas Tiap Aplikasi.....	106

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Poin-poin pertanyaan dalam WEBQUAL 4.0.....	10
Tabel 3.1 Tabel Definisi Operasional Penelitian	29
Tabel 3.2 Pembobotan Nilai Skala Penelitian Importance.....	38
Tabel 3.3 Pembobotan Nilai Skala Penelitian Performance	38
Tabel 4.1 Daftar Pernyataan Kuesioner Pengukuran Tingkat Kepentingan (Importance) Indikator	20
Tabel 4.2 Daftar Pernyataan Kuesioner Pengukuran Kinerja (Performance) Aplikasi Traveloka, PegiPegi, dan KAI Access	41
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas SPSS Variabel Usability (Importance)	49
Tabel 4.4 Kesimpulan Uji Validitas Variabel Usability untuk Importance	50
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas SPSS Variabel Information quality (Importance).....	51
Tabel 4.6 Kesimpulan Uji Validitas Variabel Information quality (Importance).....	51
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas SPSS Variabel Service Interaction (Importance).....	52
Tabel 4.8 Kesimpulan Uji Validitas Variabel Service Interaction (Importance).....	52
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas SPSS Variabel Usability pada Layanan Pemesanan Tiket Kereta Api Aplikasi Traveloka.....	53
Tabel 4.10 Kesimpulan Uji Validitas Variabel Usability pada Layanan Pemesanan Tiket Kereta Api Aplikasi Traveloka.....	53
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas SPSS Variabel Information Quality pada Layanan Pemesanan Tiket Kereta Api Aplikasi Traveloka.....	54
Tabel 4.12 Kesimpulan Uji Validitas Variabel Information Quality pada Layanan Pemesanan Tiket Kereta Api Aplikasi Traveloka.....	55
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas SPSS Variabel Service Interaction pada Layanan Pemesanan Tiket Kereta Api Aplikasi Traveloka.....	56
Tabel 4.14 Kesimpulan Uji Validitas Variabel Service Interaction pada Layanan Pemesanan Tiket Kereta Api Aplikasi Traveloka.....	56
Tabel 4.15 Hasil Uji Validitas SPSS Variabel User Satisfaction pada Layanan Pemesanan Tiket Kereta Api Aplikasi Traveloka.....	57
Tabel 4.16 Kesimpulan Uji Validitas Variabel User Satisfaction pada Layanan Pemesanan Tiket Kereta Api Aplikasi Traveloka.....	57
Tabel 4.17 Hasil Uji Validitas SPSS Variabel Usability pada Layanan Pemesanan Tiket Kereta Api Aplikasi PegiPegi.....	58
Tabel 4.18 Kesimpulan Uji Validitas Variabel Usability pada Layanan Pemesanan Tiket Kereta Api Aplikasi PegiPegi.....	58
Tabel 4.19 Hasil Uji Validitas SPSS Variabel Information quality pada Layanan Pemesanan Tiket Kereta Api Aplikasi PegiPegi.....	59

Tabel 4.20 Kesimpulan Uji Validitas Variabel Information quality pada Layanan Pemesanan Tiket Kereta Api Aplikasi PegiPegi	59
Tabel 4.21 Hasil Uji Validitas SPSS Variabel Service Interaction pada Layanan Pemesanan Tiket Kereta Api Aplikasi PegiPegi	60
Tabel.4.22 Kesimpulan Uji Validitas Variabel Service Interaction pada Layanan Pemesanan Tiket Kereta Api Aplikasi PegiPegi	61
Tabel 4.23 Hasil Uji Validitas SPSS Variabel Service Interaction pada Layanan Pemesanan Tiket Kereta Api Aplikasi PegiPegi	61
Tabel 4.24 Kesimpulan Uji Validitas Variabel User Satisfaction pada Layanan Pemesanan Tiket Kereta Api Aplikasi PegiPegi	62
Tabel 4.25 Hasil Uji Validitas SPSS Variabel Usability pada Layanan Pemesanan Tiket Kereta Api Aplikasi KAI Access.....	62
Tabel 4.26 Kesimpulan Uji Validitas Variabel Usability pada Layanan Pemesanan Tiket Kereta Api Aplikasi KAI Access.....	63
Tabel 4.27 Hasil Uji Validitas SPSS Variabel Information quality pada Layanan Pemesanan Tiket Kereta Api Aplikasi KAI Access.....	64
Tabel 4.28 Kesimpulan Uji Validitas Variabel Information quality pada Layanan Pemesanan Tiket Kereta Api Aplikasi KAI Access.....	64
Tabel 4.29 Hasil Uji Validitas SPSS Variabel Service Interaction pada Layanan Pemesanan Tiket Kereta Api Aplikasi KAI Access.....	65
Tabel 4.30 Kesimpulan Uji Validitas Variabel Service Interaction pada Layanan Pemesanan Tiket Kereta Api Aplikasi KAI Access.....	66
Tabel 4.31 Kesimpulan Uji Validitas SPSS Variabel User Satisfaction pada Layanan Pemesanan Tiket Kereta Api Aplikasi KAI Access.....	66
Tabel 4.32 Kesimpulan Hasil Uji Validitas Variabel User Satisfaction pada Layanan Pemesanan Tiket Kereta Api Aplikasi KAI Access.....	67
Tabel 4.33 Hasil Uji Reliabilitas Keseluruhan Variabel pada Nilai Kepentingan (Importance).....	67
Tabel 4.34 Hasil Uji Reliabilitas Tiap Variabel pada Layanan Pemesanan Tiket Kereta Api di Aplikasi Traveloka	68
Tabel 4.35 Hasil Uji Reliabilitas Tiap Variabel pada Layanan Pemesanan Tiket Kereta Api di Aplikasi PegiPegi	69
Tabel 4.36 Hasil Uji Reliabilitas Tiap Variabel pada Layanan Pemesanan Tiket Kereta Api di Aplikasi KAI Access	70
Tabel 4.37 Hasil Uji Linearitas Variabel Usability dengan User Satisfaction untuk Pemesanan Tiket Kereta Api di Aplikasi Traveloka.....	71
Tabel 4.38 Hasil Uji Linearitas Variabel Information Quality dengan User Satisfaction untuk Pemesanan Tiket Kereta Api di Aplikasi Traveloka.....	72

Tabel 4.39 Hasil Uji Linearitas Variabel Service Interaction dengan User Satisfaction untuk Pemesanan Tiket Kereta Api di Aplikasi Traveloka.....	72
Tabel 4.40 Hasil Uji Linearitas Variabel Information Quality dengan User Satisfaction untuk Pemesanan Tiket Kereta Api di Aplikasi PegiPegi.....	73
Tabel 4.41 Hasil Uji Linearitas Variabel Usability dengan User Satisfaction untuk Pemesanan Tiket Kereta Api di Aplikasi PegiPegi.....	73
Tabel 4.42 Hasil Uji Linearitas Variabel Service Interaction dengan User Satisfaction untuk Pemesanan Tiket Kereta Api di Aplikasi PegiPegi.....	74
Tabel 4.43 Hasil Uji Linearitas Variabel Service Interaction dengan User Satisfaction untuk Pemesanan Tiket Kereta Api di Aplikasi KAI Access	74
Tabel 4.44 Hasil Uji Linearitas Variabel Information Quality dengan User Satisfaction untuk Pemesanan Tiket Kereta Api di Aplikasi KAI Access.....	75
Tabel 4.45 Hasil Uji Linearitas Variabel Usability dengan User Satisfaction untuk Pemesanan Tiket Kereta Api di Aplikasi KAI Access	75
Tabel 4.46 Hasil Uji t untuk Pemesanan Tiket Kereta Api di Traveloka	76
Tabel 4.47 Hasil Uji t untuk Pemesanan Tiket Kereta Api di PegiPegi	78
Tabel 4.48 Hasil Uji t pada Pemesanan Tiket Kereta Api di Aplikasi KAI Access ...	80
Tabel 4.49 Hasil Uji F untuk Pemesanan Tiket Kereta Api di Aplikasi Traveloka....	82
Tabel 4.50 Hasil Uji F untuk Pemesanan Tiket Kereta Api di Aplikasi PegiPegi	83
Tabel 4.51 Hasil Uji F untuk Pemesanan Tiket Kereta Api di Aplikasi KAI Access..	83
Tabel 4.52 Hasil Perhitungan Kuesioner Tiap Item Pernyataan Importance.....	84
Tabel 4.53 Hasil Perhitungan Kuesioner Tiap Item Pernyataan Kinerja Pemesanan Tiket Kereta Api pada Aplikasi KAI Access	85
Tabel 4.54 Tingkat Kesesuaian Antara Nilai Kepentingan dan Nilai Kinerja Aplikasi KAI Access dengan Instrumen WebQual 4.0	86
Tabel 4.55 Nilai Gap Antara Nilai Kepentingan dan Nilai Kinerja Aplikasi KAI Access dengan Instrumen WebQual 4.0	89
Tabel 5.1 Nilai Koefisien Determinasi.....	98
Tabel 5.2 Nilai Koefisien Determinasi.....	100
Tabel 5.3 Nilai Koefisien Determinasi.....	102
Tabel 5.4 WebQual Index dan Gap Tiap Aplikasi.....	104
Tabel 5.5 Range Skor WebQual Index	104
Tabel 5.6 Analisis Reliabilitas Tiap Dimensi	105
Tabel 5.7 Hasil Perhitungan Tingkat Kesesuaian dan Nilai Gap Pemesanan Tiket Kereta Api di Aplikasi KAI Access	106

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan hal-hal yang berkaitan dengan pendahuluan penelitian. Adapun pembahasan pada bab ini meliputi latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat, serta batasan masalah.

1.1 Latar Belakang

Customer Relationship Management merupakan sebuah pendekatan yang dilakukan oleh korporasi kepada pelanggan pada level bisnis sehingga mampu memaksimalkan komunikasi dan pemasaran melalui kontak yang berbeda. CRM memungkinkan korporasi dapat mempertahankan pelanggan dan memberi nilai tambah kepada pelanggan. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang sangat pesat telah mendorong adanya pengembangan *Electronic Customer Relationship Management* (E-CRM). E-CRM adalah pendekatan yang dilakukan oleh korporasi kepada pelanggan pada level bisnis dengan basis elektronik (Ahuja & Medury, 2010). Penggunaan E-CRM membuat perusahaan lebih mudah dalam mendapatkan kewenangan atas pelanggan, dan perusahaan dapat lebih leluasa dan mudah dalam melakukan komunikasi dengan pelanggan sehingga membuat pelanggan lebih interaktif sehingga dapat meningkatkan hubungan antara perusahaan dengan pelanggan.

PT. Kereta Api Indonesia (PT. KAI) merupakan salah satu korporasi yang telah menerapkan E-CRM dalam melakukan pendekatan dengan pelanggannya. Penerapan yang dilakukan oleh PT. KAI adalah melalui aplikasi KAI Access dan situs resminya di alamat www.kai.id. Layanan yang diberikan oleh PT. KAI kepada pelanggan sebagai bentuk penerapan E-CRM melalui aplikasi dan sistem resminya, diantaranya dapat melihat jadwal kereta api, memeriksa harga tiket, memeriksa ketersediaan kursi, memesan makanan dan melakukan *live chat* dengan *customer service*. Selain itu, PT. KAI juga melakukan kerja sama dengan beberapa *platform*

penjual tiket transportasi secara *online* seperti Traveloka dan PegiPegi. Berdasarkan informasi yang disampaikan oleh Mukti Jauhari pada tahun 2017 selaku EVP *Passenger and Ticketing Sales* PT. KAI (<http://marketeers.com/44586-2/> diakses pada 25 Oktober 2018 2.43 WIB), bahwa dalam satu bulan setelah peresmian kerja sama antara traveloka dengan PT.KAI pada tahun 2017, traveloka menyumbangkan sekitar 10% dari total transaksi pemesanan tiket kereta api yang diraih oleh PT.KAI. Hal ini membantu PT. KAI dalam penjualan tiket kereta api dan memudahkan pelanggan kereta api dalam transaksi pemesanan tiket secara *online*.

Berdasarkan hasil *polling* yang telah dilakukan oleh peneliti pada 25 September 2018 mengenai platform yang sering digunakan oleh masyarakat Indonesia untuk pemesanan tiket kereta api secara *online*, bahwa dari 103 responden terdapat sejumlah 64% dari responden menggunakan aplikasi Traveloka sebagai media untuk transaksi pemesanan tiket. Sejumlah 30% dari responden menggunakan aplikasi PegiPegi dan 6% lainnya menggunakan aplikasi KAI Access. Animo masyarakat dalam menggunakan layanan pemesanan tiket kereta api melalui mitra resmi PT. KAI menjadi permasalahan yang perlu dikaji lebih dalam untuk mengetahui bagaimana persepsi masyarakat, dan mengkaji apa saja yang seharusnya dipertahankan dan ditingkatkan dalam aplikasi layanan pemesanan tiket kereta api secara *online* dalam aplikasi resmi PT. KAI.

Penelitian ini akan mengukur kualitas layanan aplikasi KAI Access, Traveloka, dan PegiPegi, khususnya pada layanan pemesanan tiket kereta api. Ketiga aplikasi ini dipilih dikarenakan berdasarkan *polling* yang telah dilakukan, posisi KAI Access berada di tengah sebagai aplikasi yang dipilih untuk memesan tiket kereta api, sehingga nantinya PT. KAI dapat membandingkan kualitas pemesanan tiket kereta api di tiga aplikasi tersebut dan dapat melihat item mana yang perlu diperbaiki agar kinerjanya ditingkatkan supaya baik seperti aplikasi pembandingnya. Pengukuran sebuah perangkat lunak memiliki tujuan untuk mengetahui penilaian dari pengguna yang berorientasi akhir mengenai bagaimana suatu perangkat lunak dapat ditingkatkan lagi sesuai dengan harapan pengguna (Wahono, 2006). Terdapat beberapa metode untuk

mengukur kualitas layanan, antara lain *End-User Computing Satisfaction* (EUCS), *ServQual* dan *WebQual*. Kualitas layanan dalam *Servqual* (*Service Quality*) didefinisikan sebagai penilaian dan yang berkenaan dengan keunggulan atau kelebihan dari suatu layanan dan kepuasan dari pelanggan adalah respon dari penilaian tersebut (Parsuraman *et al.*, 1985). *ServQual* adalah metode yang digunakan untuk melakukan pengukuran layanan suatu sistem informasi atau aplikasi dari sisi pengguna (Berry, L., & Zeithaml, 1988a). *WebQual* (*Web Quality*) adalah sebuah metode untuk pengukuran suatu situs yang dikembangkan oleh Stuart Banes tahun 2002 yang merupakan pengembangan dari metode *servqual*. Terdapat tiga dimensi pengukuran yang digunakan dalam *WebQual 4.0* yaitu *usability*, *service interaction*, dan *information quality*. EUCS adalah evaluasi secara menyeluruh dari pengguna akhir sebuah sistem informasi yang berdasarkan pengalaman mereka dalam menggunakannya (Doll & Torzadeh, 1991). EUCS melakukan pengukuran untuk mengetahui tingkat kepuasan pengguna sistem dengan membandingkan antara kinerja dan harapan sebuah sistem informasi.

Penggunaan dimensi *usability*, *service interaction* dan *information quality* dalam penelitian ini yang diadopsi dari *WebQual 4.0* dikarenakan instrumen dari *WebQual* mengalami perkembangan dan merujuk dari berbagai metode termasuk metode *ServQual*. Analisis pengaruh terhadap kepuasan pengguna dilakukan dikarenakan pada penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa dimensi dari *WebQual* bersifat prediktif terhadap kepuasan pengguna dan niat pengguna untuk kembali menggunakan suatu sistem (Loiacono, Chen, & Goodhue, 2002). Kualitas informasi (*information quality*) dari sebuah layanan memberikan pengaruh terhadap kepuasan pengguna, dikarenakan semakin tinggi kualitas informasi yang diberikan, maka kepuasan pengguna semakin meningkat (Delone & McLean, 1992). Green dan Pearson (2002) melakukan kajian dengan membandingkan Model Penelitian *Usability* Palmer dengan Model Penelitian Argwal dan Venkatesh. Pada penelitian tersebut didapatkan sejumlah 4 dimensi dalam *usability* yang mempengaruhi kepuasan pengguna, dan menyimpulkan bahwa kepuasan pengguna dalam mengakses sebuah situs (*usability*) menjadi variabel

endogen yang dapat mempengaruhi pengguna mengunjungi situs tersebut. Menurut Tjiptono (1996: 159) dalam Ni Nyoman dan Putu (2007), ketidakpuasan pelanggan dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal, dan kemudian didapatkan kesimpulan bahwa tingkat pelayanan (*service*) mempengaruhi kepuasan pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh Tarigan (2008) dengan mengombinasikan metode *WebQual 4.0* dengan *End-User Satisfaction* menghasilkan dimensi *usability* sangat kuat mempengaruhi kepuasan pengguna dalam menggunakan *e-library Stock Exchange of Thailand (SET)*. Pada penelitian yang dilakukan oleh Juhanda dan Sari (2014) dengan mengombinasikan metode *WebQual 4.0* dan *Importance-Performance Analysis (IPA)* pada situs ekspedisi JNE. IPA adalah metode yang bertujuan untuk mengukur hubungan antara persepsi konsumen dan prioritas peningkatan kualitas produk atau jasa, yang dikenal juga dengan *quadrant analysis* (Bradt, 2000 dan Latu & Everett 2000). Penelitian tersebut menghasilkan nilai kesenjangan antara nilai kinerja dengan tingkat harapan *online seller* sehingga diketahui bahwa terdapat beberapa item pada dimensi *information quality* yang perlu ditingkatkan agar sesuai dengan harapan *online seller*.

Penggunaan dimensi *usability*, *information quality* dan *service interaction* bertujuan untuk mengetahui pengaruh masing-masing dimensi terhadap *user satisfaction*. Dimensi-dimensi tersebut juga menjadi instrumen analisis IPA yang bertujuan untuk mengetahui tingkat kesesuaian antara kinerja tiga dimensi tersebut dalam layanan E-CRM yang diterapkan oleh PT. KAI. Sehingga pengembang mampu mengetahui item mana yang memerlukan peningkatan sehubungan dengan dimensi yang memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pengguna. Penelitian ini bertujuan untuk membandingkan kualitas pemesanan tiket kereta api pada aplikasi KAI Access dengan pemesanan tiket kereta api pada aplikasi Traveloka dan PegiPegi dengan dimensi *usability*, *service interaction*, dan *information quality* serta menganalisis apakah terdapat pengaruh positif signifikan dari dimensi-dimensi tersebut terhadap *user satisfaction*. Peneliti juga melakukan analisis terhadap kinerja dan nilai kepentingan item pada aplikasi KAI Access dengan menggunakan metode *Importance-*

Performance Analysis (IPA) untuk mengetahui prioritas peningkatan layanan dari item-item dengan menghitung nilai kesenjangan antara kinerja aktual dengan nilai kepentingan berdasarkan perspektif pengguna sehingga dapat digunakan sebagai acuan pengembangan kualitas pemesanan tiket kereta api pada aplikasi KAI Access.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, permasalahan yang harus diselesaikan dalam penelitian ini antara lain:

1. Apakah terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari dimensi *usability*, *information quality*, dan *service interaction* pada pemesanan tiket kereta api pada aplikasi KAI Access, Traveloka, dan PegiPegi terhadap *user satisfaction*
2. Bagaimana hasil analisis perbedaan kualitas layanan pemesanan tiket kereta api secara *online* antara melalui aplikasi KAI Access, Traveloka dan PegiPegi
3. Bagaimana hasil matriks *Importance-Performance Analysis* (IPA) kualitas layanan pemesanan tiket kereta api pada aplikasi KAI Access berdasarkan dimensi *usability*, *information quality*, dan *service interaction*

1.3 Batasan Masalah

Penulis memberikan batasan masalah untuk objek dan tema yang dibahas agar tidak terjadi penyimpangan dalam proses penelitian. Batasan masalah yang dicantumkan antara lain:

1. *Importance-Performance Analysis* (IPA) digunakan untuk menganalisis kinerja KAI Access dalam pemesanan tiket kereta api dengan nilai kepentingan berdasarkan perspektif pengguna.
2. Aplikasi yang digunakan sebagai *sample* untuk perbandingan sistem adalah Traveloka dan Pegipegi.
3. Penelitian melakukan pencarian faktor kepuasan pengguna (*user satisfaction*) pada pemesanan tiket kereta api di aplikasi KAI Access, Traveloka, dan PegiPegi.

4. Pelanggan transaksi tiket kereta api PT. Kereta Api Indonesia dalam penelitian ini adalah konsumen (pembeli individual (non-agen)) yang pernah pernah melakukan pemesanan tiket kereta api melalui aplikasi KAI Access, Traveloka, dan PegiPegi.
5. Pengambilan sampel dilakukan melalui social media sosial Twitter.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dimensi yang unggul dari kinerja aplikasi KAI Access, Traveloka, dan PegiPegi sehingga mempengaruhi kepuasan pengguna dalam melakukan transaksi pemesanan tiket kereta api secara *online*.
2. Untuk mengetahui pengaruh positif signifikan dimensi *usability*, *service interaction*, dan *information quality* terhadap *user satisfaction* dan kualitas dari pemesanan tiket kereta api pada aplikasi KAI Access, Traveloka, dan PegiPegi.
3. Untuk mengetahui item yang harus ditingkatkan dan yang dipertahankan dari matriks IPA untuk kualitas pemesanan tiket kereta api pada aplikasi KAI Access sehingga mampu dijadikan sebagai acuan peningkatan kualitas.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan lebih jauh tentang teori-teori dan pustaka yang digunakan sebagai kerangka pemikiran dalam penelitian. Teori yang dibahas meliputi penelitian terdahulu, PT. Kereta Api Indonesia, *Customer Relationship Management* (CRM), *Electronic Customer Relationship Management* (E-CRM), *WebQual*, *End-User Computing Satisfaction* (EUCS), dan *Importance-performance Analysis* (IPA).

2.1 PT.Kereta Api Indonesia

PT. Kereta Api Indonesia merupakan BUMN yang menyediakan jasa kereta api. Layanan PT.KAI meliputi angkutan penumpang dan angkutan barang. Perusahaan yang didirikan pada 1 Juni 1999 ini pada awalnya hanya melaksanakan kegiatan usaha layanan jasa perkeretaapian. Namun seiring berjalannya waktu dan tuntutan pasar, KAI juga melaksanakan kegiatan usaha penunjang yang memanfaatkan sumber daya yang dimilikinya. PT. KAI memiliki banyak bisnis, diantaranya angkutan penumpang, barang, restorasi, parking, wisata, perhotelan, properti, jasa, dan lain-lain. (<https://recrutment.kai.id/> diakses pada 29 Oktober 2018).

2.2 *Customer Relationship Management*

Customer Relationship Management (CRM) merupakan suatu proses dalam mendapatkan, mempertahankan dan meningkatkan hubungan pelanggan yang menguntungkan dengan tujuan untuk menciptakan nilai pelanggan, sehingga pelanggan mendapatkan kepuasan dan memaksimalkan keuntungan bagi perusahaan dalam rangka memperoleh keunggulan bersaing, memperhatikan mutu produk agar dapat memberikan kepuasan yang prima bagi pelanggan (Alma, 2010). CRM meliputi semua aspek yang berhubungan dengan calon pelanggan dan pelanggan saat ini, termasuk di dalamnya adalah *call center*, tenaga penjualan, pemasaran, *technical support* dan layanan lapangan.

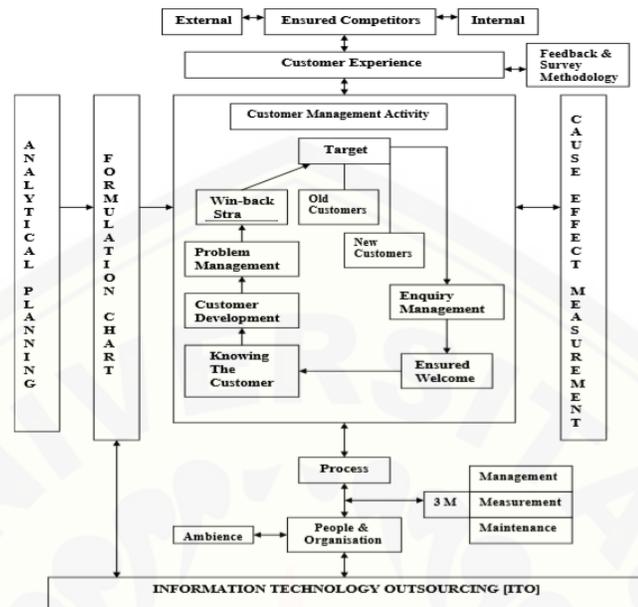
Sasaran dari CRM adalah untuk meningkatkan pertumbuhan jangka panjang dan profitabilitas. Informasi yang disimpan untuk setiap pelanggan dan calon pelanggan dianalisa dan digunakan untuk tujuan ini. Proses otomatisasi dalam CRM digunakan untuk menghasilkan personalisasi pemasaran otomatis berdasarkan informasi pelanggan yang tersimpan di dalam sistem (Deriani, 2016).

2.3 *Electronic Customer Relationship Management*

Electronic Customer Relationship Management (E-CRM) merupakan strategi bisnis yang menggunakan teknologi informasi yang memberikan perusahaan suatu pandangan pelanggannya secara luas, dapat diandalkan dan terintegrasi sehingga semua interaksi pelanggan membantu dalam mempertahankan dan memperluas hubungan yang menguntungkan secara bersamaan (Zikmund, 2003, p3). E-CRM merupakan CRM yang diterapkan secara elektronik dengan menggunakan *web browser*, internet, dan media elektronik lain seperti e-mail, *call center* dan personalisasi, atau disebut juga sebagai *E-Service* (Turban, 2004).

Konsep E-CRM adalah *sense and respon marketing*. Hubungan baik dengan konsumen akan terwujud jika sebuah korporasi mengerti keinginan konsumen dan memberikan respon positif terhadap keinginan tersebut. Konsep ini dikenal juga dengan *multi-channel marketing process* yang terdiri atas 3 tahap, yaitu:

1. Mengetahui kebiasaan konsumen melalui perilaku konsumen ketika *online*.
2. Dilakukan respon melalui pengiriman pesan secara *online* dengan e-mail atau offline mengirim ke alamat konsumen.
3. Mengetahui respon konsumen terhadap pesan yang dikirim oleh korporasi.



Gambar 2.1 Diagram E-CRM Model
(Sumber: (Dawn & Chowdhury, 2011))

Dalam melakukan E-CRM, perusahaan perlu untuk mengontrol jalannya E-CRM tersebut. Kontrol tersebut diperlukan untuk mengatasi beberapa hal antara lain adalah *inexperience*, *unintergrated system*, *information overload*, *high churn rate*, *spiraling sleaning costs*, dan *changing regulations*.

2.4 WebQual

WebQual adalah salah satu metode untuk mengukur kualitas suatu situs. Metode ini dikembangkan oleh Stuart Barnes dan Richard Vidgen. *WebQual* disusun berdasarkan persepsi pengguna akhir dari suatu situs. Hal ini dikarenakan *WebQual* berdasar pada konsep *Quality Function Deployment (QFD)* yang merupakan suatu proses yang berdasar pada *voice of customer* dalam pengembangan dan implementasi suatu produk atau jasa (Barnes & Vidgen, 2000).

WebQual telah mengalami beberapa iterasi dalam penyusunan dimensi dan kategorinya. Sampai saat ini, metode yang sangat sering digunakan adalah *WEBQUAL*

4.0. Terdapat 3 kategori dalam metode ini yaitu *usability*, *information*, dan *Service Interaction*.

a. *Usability*

Variabel ini mewakili persepsi pengguna akhir mengenai rancangan suatu situs, kemudahan penggunaan, navigasi, dan tampilan *interface* (Barnes dan Vidgen, 2002).

b. *Information quality*

Variabel ini mewakili persepsi pengguna akhir terhadap kualitas informs yang didapatkan melalui suatu situs, dan kesesuaian informasi dengan tujuan pengguna. Akurasi, format, dan relevansi informasi adalah poin penting dari variabel ini.

c. *Service Interaction*

Variabel ini mewakili persepsi pengguna akhir terhadap kualitas dari interaksi pelayanan situs yang dialami oleh pengguna ketika menggunakan situs lebih dalam lagi sehingga menimbulkan rasa kepercayaan, kenyamanan, dan empati, seperti keamanan transaksi dan informasi, personalisasi, dan komunikasi dengan pengelola situs (Barnes & Vidgen, 2002).

Menurut Barnes & Vidgen (2000), iterasi pada *WEBQUAL* 4.0 mengalami pengembangan dalam dimensi *usability*. Pada iterasi ini terdapat 22 pertanyaan dari ketiga dimensi tersebut. Poin-poin pertanyaan akan dijelaskan di Tabel F.1.

Tabel 2.1 Poin-poin pertanyaan dalam *WEBQUAL* 4.0

Dimensi	No.	Pertanyaan WebQual 4.0	Sumber Pendukung Pertanyaan
<i>Usability</i>	1	I find the site easy to learn to operate	Bailey and Pearson 1983 ² , Davis et al. 1989 ² , Davis 1989 ² , 1993 ¹ , Ventakesh and Davis 2000 ²
	2	My interaction with the site is clear and understandable	Davis et al. 1989 ² , Davis 1989 ² , 1993 ¹ , Shneiderman 1998 ² , Ventakesh and Davis 2000 ²
	3	I find the site easy to navigate	Eighmey 1997 ² , Levi and Conrad 1996 ² , Nielsen 1999 ² , 2000a ² , Spool 1999 ²

Dimensi	No.	Pertanyaan WebQual 4.0	Sumber Pendukung Pertanyaan	
	4	I find the site easy to use	Davis et al. 1989 ² , Davis 1989 ² , 1993 ¹ , Ventakesh and Davis 2000 ² , Nielsen 1993 ² , 1999 ² , 2000a ²	
	5	The site has an attractive appearance	Nielsen 2000a ² , Parasuraman et al. 1988 ¹ , 1991 ² , Pitt et al. 1995 ² , 1997 ²	
	6	The design is appropriate to the type of the site	From WebQual workshops; no strong support, but tangential to research on customer expectations of appearance, e.g. Zeithaml et al. 1990	
	7	The site conveys a sense of competency	Parasuraman et al. 1988 ¹ , 1991 ² , Pitt et al. 1995 ² , 1997 ² , Zeithaml et al. 1988 ² , 1990 ² , 1993 ²	
	8	The site creates a positive experience for me	Eighmey 1997 ² , Moon and Kim 2001 ² , Nielsen 2000a ² , White and Manning 1998 ²	
	<i>Information</i>	9	Provides accurate information	Bailey and Pearson 1983 ² , Strong et al. 1997 ² , Wang 1998 ² , Wang and Strong 1996 ¹ , Wand and Wang 1996 ²
		10	Provides believable information	Strong et al. 1997 ² , Wang 1998 ² , Wang and Strong 1996 ¹ , Wand and Wang 1996 ²
		11	Provides timely information	Bailey and Pearson 1983 ² , Strong et al. 1997 ² , Wang 1998 ² , Wang and Strong 1996 ¹ , Wand and Wang 1996 ²
12		Provides relevant information	Bailey and Pearson 1983 ² , Strong et al. 1997 ² , Wang 1998 ² , Wang and Strong 1996 ¹ , Wand and Wang 1996 ²	
13		Provides easy to understand information	Bailey and Pearson 1983 ² , Strong et al. 1997 ² , Wang 1998 ² , Wang and Strong 1996 ¹ , Wand and Wang 1996 ²	
14		Provides information at the right level of detail	Bailey and Pearson 1983 ² , Strong et al. 1997 ² , Wang 1998 ² , Wang and Strong 1996 ¹ , Wand and Wang 1996 ²	
15		Presents the information in an appropriate format	Bailey and Pearson 1983 ¹ , Chau et al. 2000 ² , DeLone and McLean, 1992 ²	
<i>Service Interaction</i>	16	Has a good reputation	Aaker 1991 ² , Aaker and Joachimsthaler 2000 ² , Akshay and Monroe 1957 ² , Cunningham 1966 ² , Nielsen 1999 ²	

Dimensi	No.	Pertanyaan WebQual 4.0	Sumber Pendukung Pertanyaan
	17	It feels safe to complete transactions	Parasuraman et al. 1988 ¹ , 1991 ² , Pitt et al. 1995 ² , 1997 ² , Zeithaml et al. 1988 ² , 1990 ² , 1993 ²
	18	My personal information feels secure	Clark 1999 ² , Cranor 1999 ² , Goodwin 1991 ² , Hoffman et al. 1999 ² , Wang et al. 1998 ²
	19	Creates a sense of personalization	Gilmore and Pine 2000 ² , McKenna 2000 ² , Parasuraman et al. 1988 ¹ , 1991 ² , Pitt et al. 1995 ² , 1997 ² , Schubert and Selz 1997 ² , Zeithaml et al. 1988 ² , 1990 ² , 1993 ²
	20	Conveys a sense of community	Armstrong and Hagel 1996 ² , Chang et al. 1998 ² , Hagel and Armstrong 1997 ² , Preece 2000 ² , Rheingold 1993 ² , Schubert and Selz 1997 ²
	21	Makes it easy to communicate with the organization	Bitner et al. 2000 ² , Jarvenpaa et al. 2000 ² , Hoffman et al. 1999 ² , Nielsen 2000a ²
	22	I feel confident that goods/services will be delivered as promised	Parasuraman et al. 1988 ¹ , 1991 ² , Pitt et al. 1995 ² , 1997 ² , Zeithaml et al. 1988 ² , 1990 ² , 1993 ²

Sumber: (Barnes & Vidgen, 2002)

Pada penelitian yang berjudul *Analisa Kepuasan Mahasiswa Terhadap Website Universitas Atmajaya dan Hubungannya dengan Loyalitas Mahasiswa* yang dilakukan oleh Lydia Iskandar memiliki tujuan untuk mengukur situs Universitas Atmajaya sehingga mampu meningkatkan mutu pelayanan pada mahasiswanya. Karena dengan memberikan pelayanan yang baik, yang mana salah satunya adalah melalui situs, loyalitas mahasiswa Universitas Atmajaya akan meningkat. Pengukuran yang dilakukan menggunakan metode *WEBQUAL*, *Chi Square*, dan Korelasi Kendalls. Melalui penelitian ini, didapatkan kesimpulan bahwa mahasiswa puas terhadap kualitas situs Universitas Atmajaya dan factor-faktor yang memperngaruhi kepuasan tersebut adalah dimensi *usability*, *information quality*, dan *Service Interaction* (Iskandar, 2010).

Penelitian dengan topik pengukuran kualitas situs dilakukan oleh Syaifullah dan Dicky Oksa pada tahun 2016 dengan judul *Pengukuran Kualitas Website*

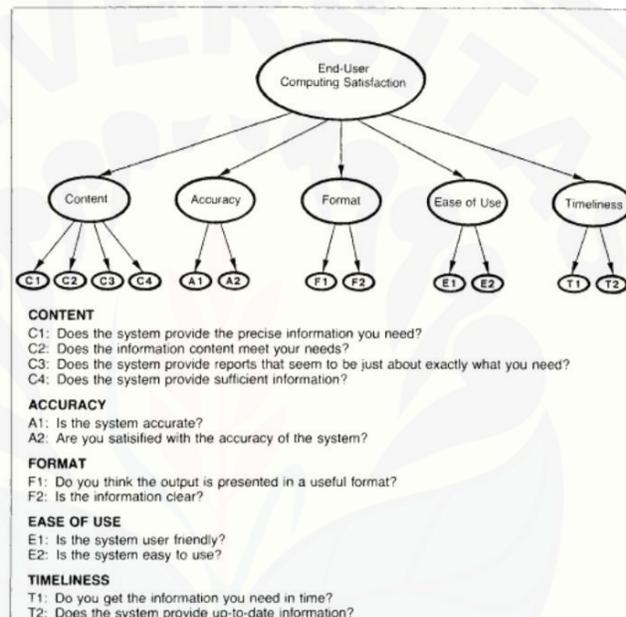
menggunakan Metode WEBQUAL 4.0 dengan studi kasus situs CV. Zamrud Multimedia Network. Situs yang disediakan oleh CV. Zamrud Multimedia Network menyediakan informasi berita seputar Provinsi Riau dan sekitarnya. Situs ini menyediakan berita politik, budaya, olahraga, lingkungan, otomotif, gaya hidup, dan wisata. Bila dibandingkan dengan penyedia-penyedia berita lainnya yang ada di Riau, situs ini sangat tertinggal. Terdapat beberapa masalah saat menggunakannya seperti tidak diperbaruinya informasi yang sudah ada sehingga membuat pengguna akhir kesulitan untuk mendapatkan informasi aktual dari situs ini. Hasil dari penelitian ini adalah diketahuinya bahwa tingkat kompetisi situs sangat rendah namun memiliki interaksi yang baik, informasi dapat dipercaya namun tidak disajikan secara detail sehingga kualitas informasi kurang baik. Berdasarkan data yang telah didapat dari kuesioner dan dianalisa, peneliti memberikan saran untuk peningkatan kualitas layanan situs tersebut (Syaifullah & Oksa, 2016).

Penelitian pengukuran situs juga dilakukan oleh Anif Kurniawan Nugroho dan Puspita Kencana dengan judul *Analisis Pengaruh Kualitas Website Tokopedia terhadap Kepuasan Pengguna menggunakan Metode WEBQUAL 4.0* dilakukan pada tahun 2016. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dimensi apa yang berpengaruh pada kepuasan pengguna Tokopedia. Berdasarkan hasil penelitian, dimensi yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna Tokopedia adalah *usability* sebesar 24,1% dan *service interaction* sebesar 62,7%. Secara simultan, dimensi *WebQual* 4.0 memiliki pengaruh sebesar 63% terhadap kepuasan pengguna pada website Tokopedia (Nugroho & Sari, 2016).

2.5 End-User Computing Satisfaction

End-User Computing Satisfaction (EUCS) adalah konseptualisasi dari sikap pengguna terhadap suatu aplikasi atau sistem komputer, dimana pengguna tersebut secara langsung merasa tertarik dengan aplikasi tersebut (Doll & Torkzadeh, 1988). EUCS digunakan untuk mengukur kepuasan pengguna akhir (*end user*) terhadap suatu sistem atau aplikasi.

Model pengukuran kepuasan pengguna dengan metode EUCS dikembangkan oleh Doll & Torkzadeh (1988). Terdapat lima dimensi yang mempengaruhi kepuasan pengguna terhadap suatu sistem atau aplikasi, yaitu *content* (isi dari aplikasi), *accuracy* (tingkat akurasi dari sistem), *format* (output dari sistem sesuai dengan format dan jelas), *ease of use* (kemudahan dalam menggunakan sistem), dan *timeliness* (ketersediaan dan keaktualan data dan informasi yang disajikan dalam sistem).



Gambar 2.2 Model Pengukuran *End-User Computing Science*

Sumber: (Doll & Torkzadeh, 1988)

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Josua Tarigan yang berjudul *User Satisfaction Using WebQual Instrumen: A Research on Stock Exchange of Thailand (SET)* bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan pengguna *Stock Exchange of Thailand* yang adalah sebuah perpustakaan berbasis elektronik di Thailand. Evaluasi kepuasan pengguna dilakukan karena SET adalah organisasi yang penting di Thailand dan kepuasan pelanggan mempengaruhi kesuksesan dari pengimplementasian sebuah sistem informasi. Peneliti mengkombinasikan metode *WEBQUAL 4.0* dengan EUCS, dimana dimensi-dimensi dari *WEBQUAL 4.0* digunakan sebagai variabel bebas dan

dimensi *end-user satisfaction* dari EUCS digunakan sebagai variabel terikatnya untuk mengetahui bagaimana tingkat kepuasan pengguna terhadap kualitas SET. Penelitian ini membuktikan bahwa dimensi *usability* dari kualitas SET berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pengguna (Tarigan, 2008).

2.6 Importance-Performance Analysis

Importance Performance Analysis (IPA) pertama kali dikemukakan oleh Martilla dan James (1977). Dalam penelitian Neny Mita (2011) dikatakan bahwa metode ini bertujuan untuk mengukur hubungan antara persepsi konsumen dan prioritas peningkatan kualitas produk atau jasa, yang dikenal pula sebagai *quadrant analysis* (Brandt, 2000 dan Latu & Everett, 2000). IPA memungkinkan representasi grafik sederhana dari data yang mudah ditafsirkan oleh praktisi akan sedikit pelatihan penelitian (Pike & Murdy, 2012).

1. Analisis kesesuaian

Analisis kesesuaian membandingkan hasil tingkat kinerja dengan tingkat kepentingan dari situs layanan untuk menghasilkan urutan untuk menentukan indikator mana yang harus diprioritaskan untuk diperbaiki. Pengukuran tingkat kesesuaian dapat dilakukan dengan menggunakan persamaan 2.6.1 dengan keterangan dimana X_i adalah total skor dari nilai kinerja suatu atribut dan Y_i adalah total skor dari nilai kepentingan suatu atribut.

$$Tki = \frac{X_i}{Y_i} \times 100 \dots \dots \dots 2.6.1$$

Dalam menentukan prioritas, terdapat beberapa kriteria sebagai berikut (Nasution, Aknurnanda, & Rachmadit, 2018):

- a. Apabila hasil diketahui kurang dari 100%, maka dapat disimpulkan pelayanan pada situs masih di bawah harapan dan tidak puas berdasarkan pengguna.

- b. Apabila hasil diketahui sama dengan 100%, maka dapat disimpulkan pelayanan situs sudah memenuhi harapan dan puas berdasarkan yang dirasakan pengguna.
- c. Apabila hasil diketahui lebih besar dengan 100%, maka dapat disimpulkan bahwa pelayanan situs sudah melebihi dengan apa yang diharapkan dan sangat memuaskan pengguna.

2. Analisis gap

Perhitungan nilai gap dilakukan untuk menghitung nilai kesenjangan antara harapan dan persepsi responden terhadap kualitas layanan *website* PT.KAI dan beberapa platform lainnya yang menyediakan layanan transaksi pemesanan tiket kereta api. Nilai gap (Q_i) merupakan selisih dari nilai persepsi pengguna akhir ($Perf(i)$) dengan nilai harapan ($Imp(i)$) sehingga persamaan ditunjukkan pada persamaan 2.6.2

$$Q_i = Perf(i) - Imp(i) \dots\dots\dots (2.6.2)$$

Nilai *gap* (Q_i) atau selisih antara nilai persepsi pengguna akhir dan harapan dapat digunakan sebagai derajat yang mengukur suatu kualitas layanan (Parasuraman, 1988a). Nilai persepsi pengguna akhir ($Perf(i)$) merupakan nilai kualitas yang saat ini dirasakan, didapatkan masing-masing indikator pada setiap variabel dan nilai harapan ($Imp(i)$) adalah nilai kualitas yang penting untuk dikembangkan. Tingkat kualitas yang baik adalah ketika $Q_i \geq 0$, yang menandakan bahwa kualitas aktual yang dirasakan dari persepsi pengguna telah memenuhi nilai harapan. Sebaliknya bila $Q_i < 0$, menandakan bahwa kualitas aktual masih belum memenuhi nilai kualitas ideal atau nilai harapan (Santoso B. S., 2015).

3. Matriks IPA

Matriks IPA adalah matriks yang digunakan untuk menunjukkan atribut-atribut yang perlu peningkatan dalam prioritas, atribut yang perlu dipertahankan, dan yang perlu dikurangi prioritasnya (Neny Mita, 2011). Dalam matriks ini, batas tiap kuadran

bergantung pada hasil riset yang digunakan. Matriks IPA dapat dilihat pada Gambar 2.2.

		IPA Matrix	
Importance	7	Quadrant 1 (High importance; Lower performance) This quadrant displays attributes which are considered to be important, yet are not being performed to the same standard, or level. If an attribute falls within this quadrant efforts should be made to shift it to quadrant two (upper right).	Quadrant 2 (High importance; High performance) This quadrant represents those attributes of VRM which are considered to be important and are also being performed to a higher standard. Attributes that fall into this quadrant should be maintained to ensure they remain at this level of performance.
	4	Quadrant 3 (Lower importance; Lower performance) This quadrant indicates attributes which are of a lower priority. Resources are not being channelled towards them as much as other attributes. Attributes which fall into this quadrant should remain untouched.	Quadrant 4 (Lower importance; High performance) This quadrant indicates a possible overuse of resources. Organisations are allocating resources to, and highly performing, these attributes, yet they are not deemed to be exceptionally important to the organisation.
	1	1	7
		Performance	

Adapted from Martilla & James (1977)

Gambar 2.3 Matriks *Importance Performance Analysis* (IPA)

Sumber: (Martilla & James, 1977)

Pada Gambar di atas terdapat empat kuadran dalam Diagram Cartesius, dengan penjelasan sebagai berikut (Sholihah, 2011):

1. Kuadran I

Kuadran ini memuat atribut-atribut yang dianggap penting oleh pelanggan tetapi tingkat kepuasan yang didapatkan masih rendah.

2. Kuadran II

Kuadran ini memuat atribut-atribut yang dianggap penting oleh pelanggan dan yang dirasakan relatif tinggi.

3. Kuadran III

Kuadran ini memuat atribut-atribut yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan pada kenyataannya kinerjanya tidak terlalu bagus, karena manfaat yang dirasakan oleh pelanggan sangat kecil.

4. Kuadran IV

Kuadran ini memuat atribut-atribut yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan dirasakan terlalu berlebihan. Sehingga perusahaan mampu mengurangi kadar prioritas atribut-atribut dalam kuadran ini untuk menghemat dari sisi finansial.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Darmawan Baginda Napitupulu pada tahun 2016 menggabungkan metode IPA dengan *WEBQUAL*. Penelitian dengan judul *Evaluasi Kualitas Website Universitas XYZ dengan Pendekatan WEBQUAL* memiliki tujuan untuk mengevaluasi situs dari Universitas XYZ. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *WEBQUAL* dan *Importance – Performance Analysis (IPA)* untuk mengetahui tingkat kepuasan mahasiswa Universitas XYZ sebagai salah satu pengguna akhir. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa terdapat indikator yang harus diperbaiki dari situs, yaitu kemudahan berkomunikasi, ketersediaan dan kerincian informasi yang disediakan serta rasa aman pengguna dalam menyampaikan data pribadi. Namun begitu, terdapat 9 indikator yang memiliki kinerja baik. Melalui penelitian tersebut disarankan untuk menggunakan pendekatan *user experience* untuk memperbaiki situs dan meningkatkan kepuasan pengguna (Napitupulu, 2016).

Penelitian yang dilakukan oleh Budi Setiawan Santoso dan Muhammad Fauzi Anwar pada tahun 2015 bertujuan untuk menganalisis kualitas *website* Kaskus. Penelitian yang berjudul *Analisis Kualitas Website Menggunakan metode WEBQUAL dan Importance – Performance Analysis (IPA) pada Situs Kaskus* tersebut menghitung nilai kesenjangan antara harapan responden dan persepsi realita pengguna akhir situs Kaskus. Dengan menggunakan metode IPA, peneliti mampu melihat mana saja indikator kualitas situs yang telah sesuai dengan harapan pengguna dan mana saja yang

membutuhkan perbaikan. Hasil yang didapatkan dari penelitian ini adalah tidak sesuai kualitas situs Kaskus saat itu dengan kualitas yang diharapkan oleh pengguna. Setiap indikator menunjukkan adanya kesenjangan yang tidak baik antara apa yang diharapkan dengan apa yang dirasakan. Hasil penelitian ini mampu dijadikan acuan untuk pengembangan *website* selanjutnya (Santoso B. S., 2015).

2.7 Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel bebas (X_1, X_2, \dots, X_n) dengan variabel terikat (Y). Analisis ini dilakukan untuk mengetahui apakah antarvariabel berhubungan positif atau negative untuk memprediksi nilai dari variabel terikat apabila nilai variabel bebas mengalami kenaikan atau penurunan. Menurut (Newbold, 1995), analisis regresi linear dihitung dengan persamaan 2.7.1.

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n \quad \dots\dots\dots (2.7.1)$$

Keterangan:

Y = variabel terikat

b_0 = koefisien konstanta

b_1, b_2, b_n = koefisien regresi

X_1, X_2, X_n = variabel bebas

2.8 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu instrumen pengukur (tes) dalam melakukan fungsi ukurnya (Azwar, 1987). Uji validitas dilakukan dengan mengkorelasikan nilai skor pada satu item dengan total skor dari seluruh item yang ada. Perhitungan korelasi untuk mendapatkan nilai *pearson correlation* (r) dijelaskan pada persamaan 2.8.1.

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(N \sum X^2 - (\sum X)^2)(N \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}} \quad \dots\dots\dots (2.8.1)$$

Keterangan:

r = nilai korelasi

X = skor yang diperoleh subyek dari setiap item

Y = skor total yang diperoleh dari setiap item

N = banyak sampel

$\sum X$ = jumlah skor dalam distribusi X

$\sum Y$ = jumlah skor dalam distribusi Y

Uji validitas memiliki nilai r yang menjadi dasar pengambilan keputusannya untuk dibandingkan dengan tabel r kriteria sebagai berikut:

- Jika nilai r hitung $>$ nilai r tabel, maka instrumen dinyatakan valid.
- Jika nilai r hitung $<$ nilai r tabel, maka instrumen dinyatakan tidak valid.

Nilai r tabel dapat ditentukan berdasarkan angka derajat kebebasan. Angka derajat kebebasan adalah jumlah total pengamatan dalam sampel dikurangi banyaknya kendali (linear) bebas atau pembatasan yang diletakkan atas pengamatan. Angka derajat kebebasan didapatkan dari jumlah responden penelitian dikurangi dua.

2.9 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menguji konsistensi kuesioner apakah dapat menghasilkan data yang sama apabila digunakan berkali-kali. Reliabilitas adalah derajat konsistensi data dalam interval waktu tertentu (Sugiyono, Statistik Untuk Penelitian, 2014). Uji ini menggunakan metode Alpha Cronbachs dan perbandingan antara nilai r hitung dengan nilai r tabel sebagai syarat yang harus dipenuhi. Nilai Alpha Cronbachs yang harus dipenuhi adalah lebih besar dari 0,6 (Ghozali, 2013). Perhitungan nilai Alpha Cronbachs dipaparkan dalam persamaan 2.9.1.

$$R = \alpha = \frac{N}{N-1} \frac{s^2(1-\sum s_i^2)}{s^2} \dots \dots \dots (2.9.1)$$

Keterangan:

α = koefisien reliabilitas Alpha Cronbachs

s^2 = varian skor keseluruhan

s_i^2 = varian masing-masing item

2.10 Uji Asumsi Klasik

2.10.1 Uji Linearitas

Uji linearitas dilakukan untuk mengetahui apakah dua variabel (variabel bebas dan variabel terikat) memiliki hubungan yang linear atau tidak secara signifikan (Priyatno, 2010). Kriteria dalam uji linearitas adalah dua variabel dikatakan memiliki hubungan yang linear apabila nilai signifikansi *linearity* yang dimiliki lebih besar dari 0,05. Uji ini digunakan sebagai prasyarat dalam analisis regresi linear.

2.10.2 Uji Outlier

Outlier adalah data yang memiliki karakteristik unik yang terlihat berbeda jauh dari data yang lain dan muncul dalam bentuk nilai ekstrim, baik untuk variabel tunggal atau kombinasi (Murwaningsari, 2008). Salah satu cara untuk mendeteksi data *outlier* melakukan standarisasi *Z-Score* pada data. Sebuah data akan dikatakan sebagai data *outlier* apabila nilai *Z* lebih dari 2,5 atau kurang dari 02,5. Perhitungan standarisasi *Z-Score* dipaparkan pada persamaan 2.10.1.

$$Z = \frac{Xi - \bar{X}}{s} \dots\dots\dots(2.10.1)$$

Keterangan:

Xi = nilai pengamatan ke-*i*

\bar{X} = rata-rata nilai pengamatan

s = standar deviasi nilai pengamatan

2.11 Uji t

Uji t dilakukan untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat, sekaligus menguji hipotesis yang telah dibuat. Uji t

dilakukan dengan cara membandingkan nilai t hitung dengan nilai t tabel. Menurut Sugiyono (2014), nilai t ditentukan dengan persamaan 2.11.1.

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \dots\dots\dots(2.11.1)$$

Keterangan:

t = nilai uji t

r = koefisien korelasi pearson

r² = koefisien determinasi

n = jumlah sampel

2.12 Uji F (ANOVA)

Uji F adalah uji yang dilakukan untuk melihat bagaimana pengaruh seluruh variabel bebas (secara simultan) terhadap variabel terikat (Ghozali, 2013). Sehingga akan diketahui apakah model regresi yang telah dibuat baik atau tidak. Uji F dilakukan dengan mencari nilai f hitung dengan persamaan 2.12.1.

$$F_h = \frac{R^2 / k}{(1 - R^2) / (n - k - 1)} \dots\dots\dots (2.12.1)$$

Keterangan:

F_h = nilai uji f

R² = koefisien korelasi berganda

k = jumlah variabel bebas

n = jumlah anggota sampel

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini menguraikan tentang jenis penelitian, objek penelitian, tahapan penelitian, serta uraian metodologi yang digunakan dalam proses analisis pengaruh dimensi *WebQual* pada kepuasan pengguna dan analisis *Importance-Performance* pada aplikasi resmi PT. Kereta Api Indonesia.

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel yang lain (Sugiyono, Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, 2008) Penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme yang digunakan untuk meneliti populasi pada sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data dilakukan menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif, 2015).

3.2 Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan layanan E-CRM dalam pemesanan tiket kereta api pada aplikasi KAI Access oleh PT. KAI, Traveloka dan PegiPegi. Pada penelitian ini, data didapat dari masyarakat yang pernah melakukan transaksi pemesanan tiket kereta api secara *online* sebagai responden.

3.3 Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat dilaksanakan penelitian yaitu di Universitas Jember. Waktu Penelitian dilakukan selama tujuh bulan, dimulai bulan Oktober 2018 sampai dengan April 2018.

3.4 Tahapan Penelitian

Alur dari tahapan penelitian dapat dilihat pada Gambar 3.1.



Gambar 3.1 Tahapan Penelitian

2.12.1 Studi Literatur

Studi literatur dilakukan dengan tujuan untuk memperkuat pemilihan metode dalam penelitian dan sebagai pembanding dengan penelitian terdahulu yang telah dilakukan. Penelitian terdahulu dan sumber yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari buku dan jurnal yang berkaitan dengan topik penelitian.

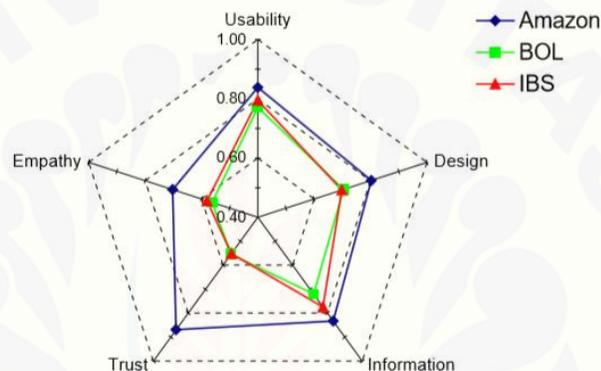
2.12.2 Pembuatan Model Konseptual Berdasarkan Literatur

Pembuatan model konseptual diawali dengan memilih dimensi atau variabel apa saja yang akan digunakan di dalam penelitian. Pembuatan model konseptual dilakukan dengan menggabungkan dua metode pengukuran yaitu *WEBQUAL 4.0* dan *End-User Computing Satisfaction* (EUCS). Penggabungan kedua metode dilakukan dengan cara menggunakan tiga dimensi dari metode *WEBQUAL* (*usability*, *information quality*, dan *Service Interaction*) menjadi variabel bebas untuk dilakukan pengujian apakah terdapat pengaruh dari dimensi-dimensi tersebut terhadap dimensi *end-user computing satisfaction* yang didapatkan dari metode EUCS. Berdasarkan tabel definisi operasional yang telah disusun, terdapat empat dimensi yang digunakan yaitu *usability*, *information quality*, *Service Interaction*, dan *user satisfaction*. Dimensi *usability*, *information quality*, dan *Service Interaction* didapatkan dari metode *WEBQUAL 4.0*, sedangkan dimensi *user satisfaction* didapatkan dari metode *End-User Computing*

Satisfaction. Indikator dalam penelitian ini adalah item-item pernyataan yang mewakili setiap karakteristik dimensi pengukuran. Pemilihan indikator dilakukan berdasarkan studi literatur dan penyesuaian dengan objek yang digunakan.

1. Dimensi *Usability*, *Service Interaction*, dan *Information quality*

Tiga dimensi yang digunakan menjadi variabel bebas dalam penelitian ini merujuk pada model pengukuran metode *WEBQUAL* 4.0. Diagram radar sebagai representasi pengukuran *WEBQUAL* 4.0 dipaparkan pada Gambar 3.2.



Gambar 3.2 Diagram Radar Pengukuran dengan Metode *WEBQUAL* 4.0

Sumber: (Barnes & Vidgen, 2002)

Scale	Questions	Amazon α	BOL α	IBS α	Average α
<i>Usability</i>	1 to 8	0.88	0.88	0.87	0.88
<i>Usability</i>	1 to 4	0.88	0.89	0.93	0.90
<i>Design</i>	5 to 8	0.78	0.76	0.72	0.75
<i>Information quality</i>	9 to 15	0.89	0.88	0.90	0.89
<i>Information</i>	9 to 15	0.89	0.88	0.90	0.89
<i>Service Interaction quality</i>	16 to 22	0.82	0.85	0.76	0.81
<i>Trust</i>	16 to 18 and 22	0.83	0.83	0.75	0.80
<i>Empathy</i>	19 to 21	0.72	0.74	0.64	0.70
OVERALL	1 to 22	0.93	0.93	0.92	0.93

Gambar 3.3 Hasil Uji Reliabilitas Berdasarkan Dimensi dan Skalanya

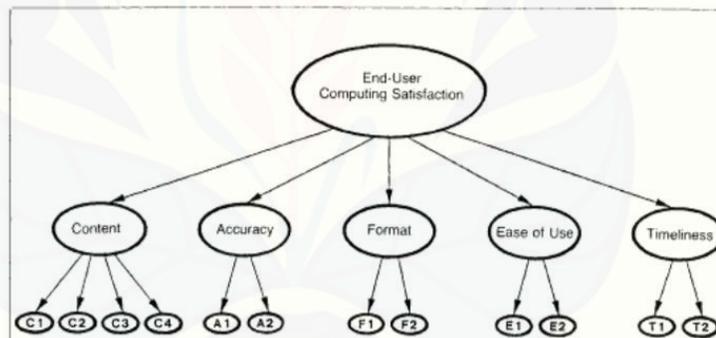
Sumber: (Barnes & Vidgen, 2002)

Berdasarkan Gambar 3.2, diagram radar dari salah satu pengukuran yang dilakukan oleh Stuart J. Barnes dan Richard Vidgen (2002) terhadap tiga situs dengan

WEBQUAL 4.0 terdiri atas *usability*, *empahy*, *trust*, *design*, *information*, dimana pada Gambar 3.3 dijelaskan bahwa poin dari dimensi *usability* dibangun dari *usability* dan *design* dari suatu sistem, dimensi *information quality* dibangun oleh *information*, dan dimensi *Service Interaction* dibangun oleh *trust* dan *empathy*.. Dalam penelitian ini digunakan tiga dimensi tersebut (*usability*, *Service Interaction*, dan *information quality*) untuk melakukan proses pengukuran kualitas aplikasi KAI Access, Traveloka, dan PegiPegi sehingga mengetahui dimensi apa yang mempengaruhi kepuasan pengguna dalam menggunakan layanan pemesanan tiket kereta api.

2. Dimensi *End-User Computing Satisfaction*

Dimensi *user satisfaction* merujuk pada model konseptual metode pengukuran kepuasan pengguna akhir yaitu *End-User Computing Satisfaction* (EUCS). Model konseptual EUCS dipaparkan pada Gambar 3.4.

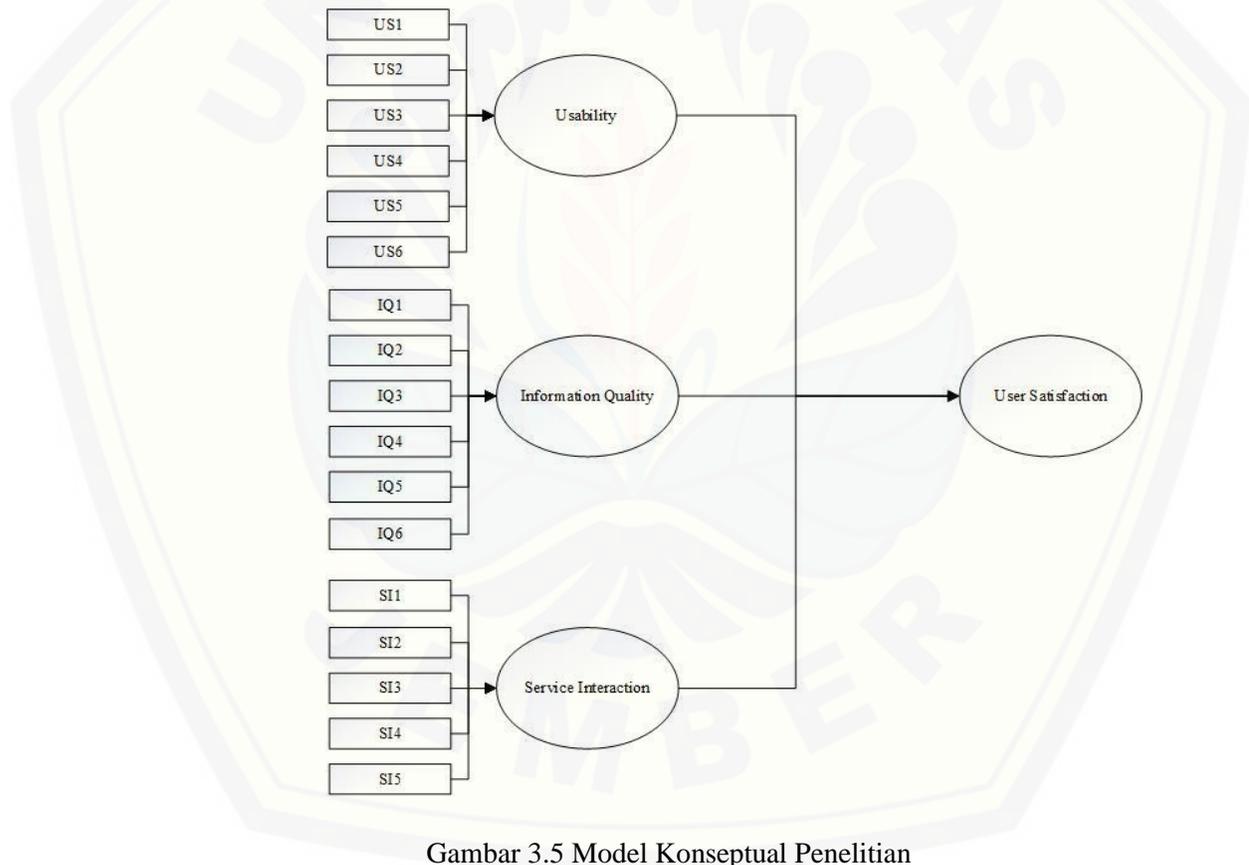


Gambar 3.4 Model Konseptual Pengukuran End-User Computing Satisfaction

Sumber: (Doll & Torkzadeh, 1988)

Berdasarkan Gambar 3.4, model konseptual pengukuran EUCS memiliki enam dimensi untuk mengukur kepuasan pengguna terhadap suatu aplikasi atau sistem, yaitu *content*, *accuracy*, *format*, *ease of use*, *timeliness*, dan *end-user computing satisfaction* atau biasa disebut *user satisfaction*. Pada penelitian ini dipilih satu dimensi untuk melakukan pengukuran terhadap objek penelitian, yaitu dimensi *user satisfaction*. Dimensi *user satisfaction* digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pengguna terhadap objek penelitian yaitu Traveloka, PegiPegi, dan aplikasi KAI Access.

Penelitian ini memiliki dimensi *usability*, *Service Interaction*, dan *information quality* yang digunakan sebagai variabel bebas dan dimensi *end-user computing satisfaction* sebagai variabel terikat. Model konseptual pada Gambar 3.5 merepresentasikan bagaimana dimensi-dimensi dari pengukuran kualitas sebuah situs dapat mempengaruhi kepuasan pengguna. Pengukuran sebuah situs dengan mengkombinasikan metode WEBQUAL 4.0 dengan metode EUCS juga telah dilakukan oleh beberapa peneliti terdahulu, salah satunya adalah Josua Tarigan dengan judul *User Satisfaction Using WebQual Instrumen: A Research on Stock Exchange of Thailand (SET)*.



Gambar 3.5 Model Konseptual Penelitian

2.12.3 Penyusunan Hipotesis

Hipotesis adalah pernyataan dugaan (*conjectural*) tentang hubungan antara dua variabel atau lebih (Kerlinger, 2006). Pada penelitian ini, penyusunan hipotesis

didapatkan dari model konseptual yang akan disusun. Hipotesis yang dirumuskan adalah:

H1: Terdapat pengaruh positif dan signifikan *usability* terhadap *user satisfaction*.

- H1A: Terdapat pengaruh positif dan signifikan *usability* terhadap *user satisfaction* pada pemesanan tiket kereta api di aplikasi Traveloka.
- H1B: Terdapat pengaruh positif dan signifikan *usability* terhadap *user satisfaction* pada pemesanan tiket kereta api di aplikasi PegiPegi..
- H1C: Terdapat pengaruh positif dan signifikan *usability* terhadap *user satisfaction* pada pemesanan tiket kereta api di aplikasi KAI Access.

H2: Terdapat pengaruh positif dan signifikan *information* terhadap *user satisfaction*.

- H2A: Terdapat pengaruh positif dan signifikan *information quality* terhadap *user satisfaction* pada pemesanan tiket kereta api di aplikasi Traveloka.
- H2B: Terdapat pengaruh positif dan signifikan *information quality* terhadap *user satisfaction* pada pemesanan tiket kereta api di aplikasi PegiPegi..
- H2C: Terdapat pengaruh positif dan signifikan *information quality* terhadap *user satisfaction* pada pemesanan tiket kereta api di aplikasi KAI Access.

H3: Terdapat pengaruh positif dan signifikan *service interaction* terhadap *user satisfaction*.

- H3A: Terdapat pengaruh positif dan signifikan *service interaction* terhadap *user satisfaction* pada pemesanan tiket kereta api di aplikasi Traveloka.
- H3B: Terdapat pengaruh positif dan signifikan *service interaction* terhadap *user satisfaction* pada pemesanan tiket kereta api di aplikasi PegiPegi..
- H3C: Terdapat pengaruh positif dan signifikan *service interaction* terhadap *user satisfaction* pada pemesanan tiket kereta api di aplikasi KAI Access.

2.12.4 Penentuan Metode Pengambilan Sampel

Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *Purposive Sampling* yang merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel dengan kriteria tertentu (Sugiyono, Statistik Untuk Penelitian, 2014). Populasi penelitian ini merupakan masyarakat Indonesia yang pernah melakukan transaksi pemesanan tiket kereta api secara *online* melalui aplikasi KAI Access, Traveloka, dan PegiPegi. Pengambilan jumlah sampel menggunakan perbandingan antara responden dengan variabel bebas untuk uji regresi linear berganda (Jr, Black, Babin, & Anderson, 2010). Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 76 responden .

2.12.5 Penyusunan Instrumen Pengukuran

Penyusunan instrumen analisis pada penelitian ini berdasarkan variabel dan perspektif yang sesuai dengan kerangka pemikiran yang telah disajikan sebelumnya. Instrumen penelitian disusun berdasarkan tabel definisi operasional. Definisi operasional adalah suatu definisi yang memberikan penjelasan atas suatu variabel dalam suatu bentuk yang bisa diukur (Kountur, 2007). Dalam penelitian ini terdapat dimensi-dimensi di dalamnya dan setiap dimensi memiliki beberapa item pernyataan. Penjelasan dimensi dan item pernyataan akan dipaparkan pada Tabel 3.1.

Tabel 3.1 Tabel Definisi Operasional Penelitian

Dimensi	Definisi Dimensi	Item Pernyataan	Sumber
<i>Usability</i>	Kualitas yang berhubungan dengan desain situs dan penggunaannya (tampilan, kemudahan penggunaan, navigasi, dan Gambar yang disampaikan) (Barnes & Vidgen, 2002)	Saya merasa mudah untuk mempelajari pengoperasian situs.	(Barnes & Vidgen, 2002), (Nasution, Aknurmanda, & Rachmadit, 2018), (Aryadita,

Dimensi	Definisi Dimensi	Item Pernyataan	Sumber
			Widyastuti, & Wardani, 2017)
		Interaksi saya dengan situs jelas dan mudah dipahami	(Barnes & Vidgen, 2002), (Nasution, Aknuranda, & Rachmadit, 2018), (Aryadita, Widyastuti, & Wardani, 2017)
		Saya merasa navigasi dari situs mudah dioperasikan	(Barnes & Vidgen, 2002), (Nasution, Aknuranda, & Rachmadit, 2018), (Aryadita, Widyastuti, & Wardani, 2017)
		Situs memiliki tampilan yang menarik	(Barnes & Vidgen, 2002), (Nasutio

Dimensi	Definisi Dimensi	Item Pernyataan	Sumber
			n, Aknurna nda, & Rachmad it, 2018), (Aryadit a, Widyast uti, & Wardani, 2017)
		Desain dari situs sesuai dengan jenisnya	(Barnes & Vidgen, 2002), (Nasution, Aknurna nda, & Rachmad it, 2018), (Aryadit a, Widyast uti, & Wardani, 2017)
		Situs memberikan pengalaman yang positif bagi saya	(Barnes & Vidgen, 2002), (Nasution, Aknurna nda, & Rachmad it, 2018), (Aryadit a, Widyast uti, &

Dimensi	Definisi Dimensi	Item Pernyataan	Sumber
			Wardani, 2017)
<i>Information quality</i>	Kualitas dari konten suatu situs; kesesuaian informasi yang disajikan dengan tujuan pengguna, format informasi yang disajikan dan tingkat relevansinya. (Barnes & Vidgen, 2002)	Situs menyediakan informasi yang akurat	(Barnes & Vidgen, 2002), (Nasution, Aknurmanda, & Rachmadit, 2018)
		Situs menyediakan informasi yang dapat dipercaya	(Barnes & Vidgen, 2002), (Nasution, Aknurmanda, & Rachmadit, 2018), (Aryadita, Widyastuti, & Wardani, 2017)
		Situs menyediakan informasi yang tepat waktu	(Barnes & Vidgen, 2002), (Nasution, Aknurmanda, & Rachmadit, 2018), (Aryadita, Widyast

Dimensi	Definisi Dimensi	Item Pernyataan	Sumber
			uti, & Wardani, 2017)
		Situs menyediakan informasi yang relevan	(Barnes & Vidgen, 2002), (Nasution, Aknuranda, & Rachmadit, 2018)
		Sistem menyediakan informasi yang mudah dipahami	(Barnes & Vidgen, 2002), (Nasution, Aknuranda, & Rachmadit, 2018; Aryadita, Widyastuti, & Wardani, 2017)
		Situs menyediakan informasi secara rinci	(Barnes & Vidgen, 2002), (Nasution, Aknuranda, & Rachmadit, 2018), (Aryadita, Widyast

Dimensi	Definisi Dimensi	Item Pernyataan	Sumber
			uti, & Wardani, 2017)
<i>Service Interaction</i>	Kualitas dari layanan interaksi yang dirasakan oleh pengguna, dibangun berdasarkan empati dan kepercayaan dari pengguna terhadap situs selama pengguna menggunakan situs tersebut (contoh: pengiriman barang, komunikasi dengan admin atau pemilik situs) (Barnes & Vidgen, 2002).	Situs memiliki reputasi yang baik	(Barnes & Vidgen, 2002), (Nasution, Aknuranda, & Rachmadit, 2018), (Aryaditaa, Widyastuti, & Wardani, 2017)
		Saya merasa aman untuk melakukan transaksi pada situs	(Barnes & Vidgen, 2002), (Nasution, Aknuranda, & Rachmadit, 2018), (Aryaditaa, Widyastuti, & Wardani, 2017)
		Situs menjamin informasi pribadi saya aman	(Barnes & Vidgen, 2002), (Nasution,

Dimensi	Definisi Dimensi	Item Pernyataan	Sumber
			Aknurna nda, & Rachmad it, 2018), (Aryadit a, Widyast uti, & Wardani, 2017)
		Situs memberikan kemudahan untuk berkomunikasi dengan admin	(Barnes & Vidgen, 2002), (Nasution, Aknurna nda, & Rachmad it, 2018), (Aryadit a, Widyast uti, & Wardani, 2017)
		Situs membuat saya yakin dengan layanan yang telah dijanjikan	(Barnes & Vidgen, 2002), (Nasution, Aknurna nda, & Rachmad it, 2018), (Aryadit a, Widyast uti, &

Dimensi	Definisi Dimensi	Item Pernyataan	Sumber
			Wardani, 2017)
<i>User Satisfaction</i>	Variabel yang berkorelasi dengan penggunaan suatu sistem informais dan keberhasilan sistem (Bailey & Pearson, 1983).	Menurut saya, sistem telah berhasil (sukses) dalam indikator-indikator di atas	(Tarigan, 2008)
		Saya puas dengan situs ini	(Tarigan, 2008)

Dimensi *usability*, *information quality*, dan *Service Interaction* didapatkan dari metode *WEBQUAL* 4.0. Setiap dimensi yang digunakan terdiri dari beberapa indikator pernyataan yang disesuaikan dengan objek penelitian yaitu aplikasi KAI Access, Traveloka, dan PegiPegi. Dimensi *user satisfaction* yang digunakan didapatkan dari metode *End-User Computing Satisfaction* (EUCS), dimana dimensi tersebut terdiri dari dua butir indikator pernyataan.

Variabel penelitian merupakan segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi mengenai hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, Statistik Untuk Penelitian, 2014). Setelah diketahui variabel yang akan diteliti, lalu dilakukan operasionalisasi variabel untuk mendapatkan indikator-indikator untuk dijadikan pertanyaan. Maka penelitian ini membedakan objek penelitian menjadi variabel bebas dan variabel terikat.

1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas (*Independent Variable*) merupakan variabel yang mempengaruhi variabel lain dalam hal ini adalah variabel terikat yang pengaruhnya dapat diukur, dimanipulasi, atau dipilih oleh peneliti untuk menentukan hubungannya dengan suatu gejala yang diteliti dalam kaitannya dengan variabel lain (Umi Narimawati, 2007). Dalam penelitian ini variabel bebas didapatkan dari penggunaan metode *WEBQUAL*, yaitu *usability*, *information quality*, dan *Service Interaction*.

2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat (*Dependent Variable*) merupakan variabel yang dapat dipengaruhi oleh variabel bebas. Dalam penelitian ini, yang menjadi variabel terikat adalah *user satisfaction* atau kepuasan pengguna yang didapat dari metode *End-User Computing Satisfaction* (EUCS). *User satisfaction* merupakan variabel yang dapat dipengaruhi oleh variabel bebas yang telah ditentukan.

2.12.6 Pengujian Instrumen Pengukuran

Pengujian terhadap instrumen pengukuran yang akan digunakan diuji dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Pengujian dilakukan untuk mendapatkan data yang valid dan reliabel untuk analisis penelitian.

a. Uji Validitas

Validitas merupakan tingkat keandalan dan kesahihan alat ukur yang digunakan. Instrumen akan dikatakan valid ketika menunjukkan alat ukur yang dipergunakan memang untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2014).

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan serangkaian pengukuran atau serangkaian alat ukur yang memiliki konsistensi jika pengukuran yang dilakukan dengan alat ukur itu dilakukan secara berulang (Sugiyono, 2014).

2.12.7 Penyebaran Kuesioner

Kuesioner merupakan media untuk mengetahui sejauh mana pengetahuan dan efek yang dirasakan oleh pengguna akhir dari aplikasi KAI Access dan beberapa *platform* yang menyediakan layanan pemesanan tiket kereta api secara *online*. Kuesioner yang digunakan mengacu dari model konseptual yang akan digunakan. Data yang nantinya didapat dari kuesioner akan dianalisa dan dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas. Kuesioner akan disebar kepada responden masyarakat Indonesia yang pernah menggunakan layanan pemesanan tiket kereta api secara *online*.

Pengukuran dari indikator-indikator yang diberikan kepada responden untuk menggunakan skala likert. Pada penelitian ini digunakan dua skala likert dengan bobot

atau nilai maksimal yang sama. Penilaian dari responden mengenai kepentingan (*importance*) aplikasi dalam layanan pemesanan tiket kereta api menggunakan skala likert pada Tabel 3.4, sedangkan penilaian dari responden mengenai pernyataan mengenai kinerja (*performance*) aplikasi KAI Access, Traveloka, dan PegiPegi dalam layanan pemesanan tiket kereta api menggunakan skala likert pada Tabel 3.5.

Tabel 3.2 Pembobotan Nilai Skala Penelitian *Importance*

Skala	Nilai
Sangat penting (SP)	4
Penting (P)	3
Tidak penting (TP)	2
Sangat tidak penting (STP)	1

Tabel 3.3 Pembobotan Nilai Skala Penelitian *Performance*

Skala	Nilai
Sangat setuju (SS)	4
Setuju (S)	3
Tidak setuju (TS)	2
Sangat tidak setuju (STS)	1

2.12.8 Analisis Data

Dalam tahap ini akan dilakukan analisis terhadap data yang telah didapatkan. Analisis ini dilakukan dengan uji F dan uji t untuk menguji hipotesis yang telah disusun.

a. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan pengujian data sebagai prasyarat untuk melakukan analisis regresi linear. Dalam penelitian ini digunakan dua uji asumsi yaitu uji *outlier* dan uji linearitas. Uji *outlier* digunakan untuk mengetahui apakah terdapat data yang memiliki karakteristik berbeda jauh dengan data yang lain. Uji linearitas digunakan untuk mengetahui adanya hubungan linear antara masing-masing variabel bebas dengan variabel terikat.

b. Uji F

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikat. Dari hasil tersebut akan diketahui model regresi yang telah dibuat signifikan atau tidak signifikan.

c. Uji t

Uji t dilakukan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat. Hasil dari pengujian ini digunakan untuk menguji hipotesis yang telah dibuat.

2.12.9 Pengukuran Menggunakan Dimensi *WEBQUAL* 4.0

Dalam tahap ini akan dilakukan pengukuran aplikasi KAI Access, Traveloka, dan PegiPegi dalam segi pemesanan tiket secara online dengan menggunakan tiga dimensi dari *WEBQUAL 4.0* terhadap dimensi kepuasan pengguna dari metode *End-User Computing Satisfaction*.

2.12.10 Analisis Data Menggunakan Importance-Performance Analysis

Dalam tahap ini akan dilakukan analisa lanjutan setelah mendapatkan hasil dari analisa data melalui kuesioner. Analisis data dilakukan menggunakan metode *Importance Performance Analysis (IPA)*, dimana yang akan dianalisa adalah aplikasi KAI Access.

BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

4.1 Instrumen Penelitian

Berdasarkan tabel definisi operasional yang telah dipaparkan pada Tabel 3.1 dan model konseptual yang dibuat pada Gambar 3.5, maka diperoleh daftar pernyataan kuesioner sebanyak 57 pernyataan untuk pengukuran kinerja (*performance*) aplikasi KAI Access, Traveloka, dan PegiPegi (masing-masing objek adalah 19 pernyataan) dan 17 pernyataan untuk pengukuran kepentingan (*importance*) indikator-indikator yang ada di dalam aplikasi penyedia layanan pemesanan tiket kereta api. Daftar pernyataan kuesioner dipaparkan pada Tabel 4.1 dan Tabel 4.2.

Tabel 4.1 Daftar Pernyataan Kuesioner Pengukuran Tingkat Kepentingan (*Importance*) Indikator

No	Variabel	Item Pernyataan	Skor Penilaian			
			STP	TP	P	SP
1	<i>Usability</i>	Saya merasa mudah untuk mempelajari pengoperasian aplikasi dalam layanan pemesanan tiket kereta api				
2		Saya merasa interaksi antara saya dengan aplikasi jelas dan mudah dipahami				
3		Saya merasa mudahan dalam pengoperasian navigasi				
4		Saya merasa tampilan aplikasi menarik dalam layanan pemesanan tiket kereta api				
5		Saya merasa desain aplikasi yang memiliki layanan pemesanan tiket kereta api sesuai dengan jenisnya				
6		Saya merasa aplikasi penyedia layanan pemesanan tiket kereta api memberikan pengalaman yang positif bagi saya dalam melakukan pemesanan tiket kereta api				
7	<i>Information quality</i>	Saya merasa aplikasi menyediakan informasi yang akurat mengenai pemesanan tiket kereta api				
8		Saya merasa aplikasi menyediakan informasi yang dapat dipercaya mengenai pemesanan tiket kereta api				

No	Variabel	Item Pernyataan	Skor Penilaian			
			STP	TP	P	SP
9	<i>Information Quality</i>	Saya merasa aplikasi menyediakan informasi mengenai pemesanan tiket kereta api secara tepat waktu				
10		Saya merasa aplikasi menyediakan informasi yang relevan mengenai pemesanan tiket kereta api				
11		Saya merasa aplikasi menyediakan informasi yang mudah dipahami mengenai pemesanan tiket kereta api				
12		Saya merasa aplikasi menyediakan informasi mengenai pemesanan tiket kereta api secara rinci				
13	<i>Service Interaction</i>	Saya merasa aplikasi penyedia layanan pemesanan tiket kereta api memiliki reputasi yang baik				
14		Saya merasa aplikasi penyedia layanan pemesanan tiket kereta api membuat pengguna merasa aman dalam melakukan transaksi				
15		Saya merasa aplikasi penyedia layanan pemesanan tiket kereta api menjaga keamanan informasi pribadi pengguna				
16		Saya merasa aplikasi penyedia layanan pemesanan tiket kereta api memberikan kemudahan untuk berkomunikasi dengan admin				
17		Saya merasa aplikasi penyedia layanan pemesanan tiket kereta api membuat pengguna yakin dengan tawaran layanan yang dijanjikan (seputar pemesanan tiket kereta api)				

Tabel 4.2 Daftar Pernyataan Kuesioner Pengukuran Kinerja (*Performance*) Aplikasi Traveloka, PegiPegi, dan KAI Access

No	Variabel	Kode Item	Item Pernyataan	Skor Penilaian			
				STS	TS	S	SS
1	<i>Usability</i>	UST1	Saya merasa mudah untuk mempelajari pengoperasian				

No	Variabel	Kode Item	Item Pernyataan	Skor Penilaian			
				STS	TS	S	SS
			aplikasi Traveloka dalam segi pemesanan tiket kereta api				
2		UST2	Interaksi saya dengan aplikasi Traveloka jelas dan mudah dipahami				
3		UST3	Saya merasa aplikasi Traveloka mudah dalam navigasinya				
4		UST4	Aplikasi Traveloka memiliki tampilan yang menarik dalam layanan pemesanan tiket kereta api				
5		UST5	Desain aplikasi Traveloka dalam pemesanan tiket kereta pai sudah sesuai dengan jenis aplikasinya (booking tiket online)				
6		UST6	Aplikasi Traveloka memberikan pengalaman positif bagi saya dalam pemesanan tiket kereta api				
7	<i>Information quality</i>	IQT1	Aplikasi Traveloka memberikan informasi yang akurat mengenai pemesanan tiket kereta api				
8		IQT2	Aplikasi Traveloka menyediakan informasi mengenai pemesanan tiket kereta api yang dapat dipercaya				
9		IQT3	Aplikasi Traveloka menyediakan informasi mengenai pemesanan tiket kereta api secara tepat waktu				
10		IQT4	Aplikasi Traveloka menyediakan informasi yang relevan seputar pemesanan tiket kereta api				
11		IQT5	Aplikasi Traveloka menyediakan informasi yang mudah dipahami mengenai pemesanan tiket kereta api				
12		IQT6	Aplikasi Traveloka menyediakan informasi yang rinci mengenai pemesanan tiket kereta api				

No	Variabel	Kode Item	Item Pernyataan	Skor Penilaian			
				STS	TS	S	SS
13	<i>Service Interaction</i>	SIT1	Aplikasi Traveloka memiliki reputasi yang baik dalam layanan pemesanan tiket kereta api				
14		SIT2	Saya merasa aman untuk melakukan transaksi pemesanan tiket kereta api melalui aplikasi Traveloka				
15		SIT3	Aplikasi Traveloka menjamin keamanan informasi personal saya				
16		SIT4	Aplikasi Traveloka memberikan kemudahan untuk berkomunikasi dengan admin mengenai pemesanan tiket kereta api (contoh: live chat admin)				
17		SIT5	Aplikasi Traveloka membuat saya yakin dengan layanan yang dijanjikan (yang berkaitan dengan pemesanan tiket kereta api)				
18	<i>User Satisfaction</i>	ST1	Menurut saya, aplikasi Traveloka telah berhasil dan sukses dalam indikator-indikator di atas				
19		ST2	Saya puas dengan layanan pemesanan tiket kereta api di aplikasi Traveloka				
20	<i>Usability</i>	USP1	Saya merasa mudah untuk mempelajari pengoperasian aplikasi PegiPegi dalam segi pemesanan tiket kereta api				
21		USP2	Interaksi saya dengan aplikasi PegiPegi jelas dan mudah dipahami				
22		USP3	Saya merasa aplikasi PegiPegi mudah dalam navigasinya				
23		USP4	Aplikasi PegiPegi memiliki tampilan yang menarik dalam layanan pemesanan tiket kereta api				

No	Variabel	Kode Item	Item Pernyataan	Skor Penilaian			
				STS	TS	S	SS
24		USP5	Desain aplikasi PegiPegi dalam pemesanan tiket kereta api sudah sesuai dengan jenis aplikasinya (booking tiket online)				
25		USP6	Aplikasi PegiPegi memberikan pengalaman positif bagi saya dalam pemesanan tiket kereta api				
26	<i>Information quality</i>	IQP1	Aplikasi PegiPegi memberikan informasi yang akurat mengenai pemesanan tiket kereta api				
27		IQP2	Aplikasi PegiPegi menyediakan informasi mengenai pemesanan tiket kereta api yang dapat dipercaya				
28		IQP3	Aplikasi PegiPegi menyediakan informasi mengenai pemesanan tiket kereta api secara tepat waktu				
29		IQP4	Aplikasi PegiPegi menyediakan informasi yang relevan seputar pemesanan tiket kereta api				
30		IQP5	Aplikasi PegiPegi menyediakan informasi yang mudah dipahami mengenai pemesanan tiket kereta api				
31		IQP6	Aplikasi PegiPegi menyediakan informasi yang rinci mengenai pemesanan tiket kereta api				
32	<i>Service Interaction</i>	SIP1	Aplikasi PegiPegi memiliki reputasi yang baik dalam layanan pemesanan tiket kereta api				
33		SIP2	Saya merasa aman untuk melakukan transaksi pemesanan tiket kereta api melalui aplikasi PegiPegi				
34		SIP3	Aplikasi PegiPegi menjamin keamanan informasi personal saya				
35		SIP4	Aplikasi PegiPegi memberikan kemudahan untuk berkomunikasi dengan admin mengenai				

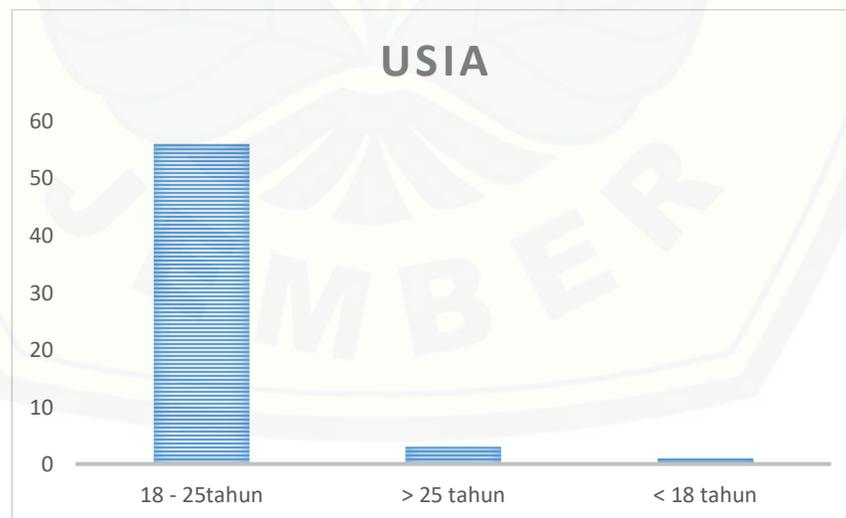
No	Variabel	Kode Item	Item Pernyataan	Skor Penilaian			
				STS	TS	S	SS
			pemesanan tiket kereta api (contoh: live chat admin)				
36		SIP5	Aplikasi PegiPegi membuat saya yakin dengan layanan yang dijanjikan (yang berkaitan dengan pemesanan tiket kereta api)				
37	<i>User Satisfaction</i>	SP1	Menurut saya, aplikasi PegiPegi telah berhasil dan sukses dalam indikator-indikator di atas				
38		SP2	Saya puas dengan layanan pemesanan tiket kereta api di aplikasi PegiPegi				
39	<i>Usability</i>	USK1	Saya merasa mudah untuk mempelajari pengoperasian aplikasi KAI Access dalam segi pemesanan tiket kereta api				
40		USK2	Interaksi saya dengan aplikasi KAI Access jelas dan mudah dipahami				
41		USK3	Saya merasa aplikasi KAI Access mudah dalam navigasinya				
42		USK4	Aplikasi KAI Access memiliki tampilan yang menarik dalam layanan pemesanan tiket kereta api				
43		USK5	Desain aplikasi KAI Access dalam pemesanan tiket kereta api sudah sesuai dengan jenis aplikasinya (booking tiket online)				
44		USK6	Aplikasi KAI Access memberikan pengalaman positif bagi saya dalam pemesanan tiket kereta api				
45	<i>Information quality</i>	IQK1	Aplikasi KAI Access memberikan informasi yang akurat mengenai pemesanan tiket kereta api				
46		IQK2	Aplikasi KAI Access menyediakan informasi				

No	Variabel	Kode Item	Item Pernyataan	Skor Penilaian			
				STS	TS	S	SS
			mengenai pemesanan tiket kereta api yang dapat dipercaya				
47		IQK3	Aplikasi KAI Access menyediakan informasi mengenai pemesanan tiket kereta api secara tepat waktu				
48		IQK4	Aplikasi KAI Access menyediakan informasi yang relevan seputar pemesanan tiket kereta api				
49		IQK5	Aplikasi KAI Access menyediakan informasi yang mudah dipahami mengenai pemesanan tiket kereta api				
50		IQK6	Aplikasi KAI Access menyediakan informasi yang rinci mengenai pemesanan tiket kereta api				
51	<i>Service Interaction</i>	SIK1	Aplikasi KAI Access memiliki reputasi yang baik dalam layanan pemesanan tiket kereta api				
52		SIK2	Saya merasa aman untuk melakukan transaksi pemesanan tiket kereta api melalui aplikasi KAI Access				
53		SIK3	Aplikasi KAI Access menjamin keamanan informasi personal saya				
54		SIK4	Aplikasi KAI Access memberikan kemudahan untuk berkomunikasi dengan admin mengenai pemesanan tiket kereta api (contoh: live chat admin)				
55		SIK5	Aplikasi KAI Access membuat saya yakin dengan layanan yang dijanjikan (yang berkaitan dengan pemesanan tiket kereta api)				

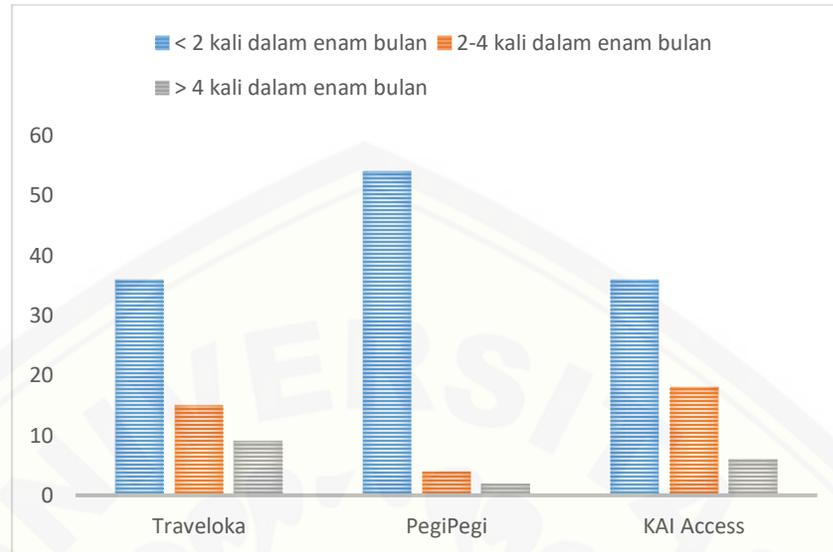
No	Variabel	Kode Item	Item Pernyataan	Skor Penilaian			
				STS	TS	S	SS
56	User Satisfaction	SK1	Menurut saya, aplikasi KAI Access telah berhasil dan sukses dalam indikator-indikator di atas				
57		SK2	Saya puas dengan layanan pemesanan tiket kereta api di aplikasi KAI Access				

4.2 Data Sampel

Penentuan sampel dilakukan dengan menggunakan salah satu teknik *Non Probability Sampling* yaitu *Purposive Sampling*. Sampel merupakan masyarakat Indonesia yang pernah menggunakan aplikasi Traveloka, PegiPegi, dan KAI Access untuk melakukan transaksi pemesanan tiket kereta api. Dari 331 responden yang mengisi kuesioner yang berisi pertanyaan mengenai aplikasi pemesanan tiket kereta api apa saja yang pernah mereka gunakan, didapatkan sejumlah 76 responden yang sesuai dengan kriteria penelitian. Gambar 4.1 merupakan pengelompokan responden berdasarkan usianya dan Gambar 4.2 menjelaskan mengenai intensitas responden dalam menggunakan masing-masing aplikasi setiap enam bulan.



Gambar 4.1 Rangkuman Usia Responden



Gambar 4.2 Intensitas Penggunaan Aplikasi dalam Transaksi Pemesanan Tiket Kereta Api

4.3 Hasil Analisa

2.12.11 Uji Instrumen

Uji instrumen dalam penelitian ini dilakukan untuk memastikan instrumen penelitian yang digunakan adalah valid dan bersifat reliabel. Terdapat dua jenis uji instrumen, yaitu uji validitas dan reliabilitas.

4.3.1.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk memastikan instrumen penelitian yang digunakan adalah valid. Instrumen akan dikatakan valid ketika menunjukkan alat ukur yang dipergunakan memang untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2014). Uji validitas product moment pearson correlation menggunakan prinsip mengorelasikan antara masing-masing skor item pertanyaan dengan skor total yang didapatkan. Dasar pengambilan keputusan dalam uji validitas adalah sebagai berikut:

- Jika nilai r hitung $>$ nilai r tabel, maka instrumen dinyatakan valid.
- Jika nilai r hitung $<$ nilai r tabel, maka instrumen dinyatakan tidak valid.

Berikut adalah hasil uji validitas dari tiap variabel di masing-masing aplikasi layanan pemesanan tiket kereta api, yaitu aplikasi Traveloka, PegiPegi, dan KAI Access.

A. Uji Validitas Kepentingan (*Importance*)

1. Variabel *Usability*

Dari tabel di atas didapatkan nilai r hitung dari korelasi masing-masing item pertanyaan (UI1-UI6) terhadap total seluruh skor item (*Usability*). Untuk menentukan nilai r tabel dengan melihat *degree of freedom* (df), dimana $df = \text{jumlah sampel} - 2$. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 30 responden, maka $df = 30 - 2$ yaitu 28. Pada tabel r , diketahui nilai r tabel untuk $df = 28$ dengan tingkat signifikasnsi dua arah (*two tailed*) 5% adalah 0,3610. Berdasarkan hal tersebut, hasil uji validitas untuk nilai kepentingan (*importance*) variabel *Usability* pada layanan pemesanan tiket kereta api di sebuah aplikasi disajikan pada Tabel 4.3 dan Tabel 4.4.

Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas SPSS Variabel *Usability* (*Importance*)

		Correlations						
		UI1	UI2	UI3	UI4	UI5	UI6	Usability
UI1	Pearson Correlation	1	.400*	.582**	.285	.484**	.065	.631**
	Sig. (2-tailed)		.028	.001	.127	.007	.733	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
UI2	Pearson Correlation	.400*	1	.365*	.660**	.408*	.369*	.792**
	Sig. (2-tailed)	.028		.047	.000	.025	.045	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
UI3	Pearson Correlation	.582**	.365*	1	.277	.408*	.227	.654**
	Sig. (2-tailed)	.001	.047		.138	.025	.227	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
UI4	Pearson Correlation	.285	.660**	.277	1	.433*	.125	.746**
	Sig. (2-tailed)	.127	.000	.138		.017	.509	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
UI5	Pearson Correlation	.484**	.408*	.408*	.433*	1	.414*	.753**
	Sig. (2-tailed)	.007	.025	.025	.017		.023	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
UI6	Pearson Correlation	.065	.369*	.227	.125	.414*	1	.524**
	Sig. (2-tailed)	.733	.045	.227	.509	.023		.003
	N	30	30	30	30	30	30	30
Usability	Pearson Correlation	.631**	.792**	.654**	.746**	.753**	.524**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.003	
	N	30	30	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tabel 4.4 Kesimpulan Uji Validitas Variabel *Usability* untuk *Importance*

Item Pertanyaan	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Keterangan
UI1	0,631	0.3610	VALID
UI2	0,792	0.3610	VALID
UI3	0,654	0.3610	VALID
UI4	0,746	0.3610	VALID
UI5	0,753	0.3610	VALID
UI6	0,524	0.3610	VALID

2. Variabel *Information Quality*

Dari tabel di atas didapatkan nilai r hitung dari korelasi masing-masing item pertanyaan (IQ1-IQ6) terhadap total seluruh skor item (*InformationQuality*). Untuk menentukan nilai r tabel dengan melihat *degree of freedom* (df), dimana $df = \text{jumlah sampel} - 2$. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 30 responden, maka $df = 30 - 2$ yaitu 28. Pada tabel r, diketahui nilai r tabel untuk $df = 28$ dengan tingkat signifikasnsi dua arah (*two tailed*) 5% adalah 0,3610. Berdasarkan hal tersebut, hasil uji validitas untuk nilai kepentingan (*importance*) variabel *Information quality* pada layanan pemesanan tiket kereta api di sebuah aplikasi disajikan pada Tabel 4.5 dan 4.6.

Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas SPSS Variabel *Information quality (Importance)*

		Correlations					
		IQK1	IQK2	IQK3	IQK4	IQK5	IQK6
IQK1	Pearson Correlation	1	.693**	.853**	.780**	.772**	.613**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
IQK2	Pearson Correlation	.693**	1	.830**	.737**	.592**	.737**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30
IQK3	Pearson Correlation	.853**	.830**	1	.737**	.757**	.737**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
IQK4	Pearson Correlation	.780**	.737**	.737**	1	.843**	.814**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
IQK5	Pearson Correlation	.772**	.592**	.757**	.843**	1	.671**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30
IQK6	Pearson Correlation	.613**	.737**	.737**	.814**	.671**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tabel 4.6 Kesimpulan Uji Validitas Variabel *Information quality (Importance)*

Item Pertanyaan	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Keterangan
IQ1	0,659	0.3610	VALID
IQ2	0,823	0.3610	VALID
IQ3	0,642	0.3610	VALID
IQ4	0,781	0.3610	VALID
IQ5	0,788	0.3610	VALID
IQ6	0,789	0.3610	VALID

3. Variabel *Service Interaction*

Dari tabel di atas didapatkan nilai r hitung dari korelasi masing-masing item pertanyaan (SQI1-SQI5) terhadap total seluruh skor item (*ServiceInteraction*). Untuk menentukan nilai r tabel dengan melihat *degree of freedom* (df), dimana $df = \text{jumlah sampel} - 2$. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 30 responden, maka $df = 30 - 2$ yaitu 28. Pada tabel r, diketahui nilai r tabel untuk $df = 28$ dengan tingkat signifikasnsi dua arah (*two tailed*) 5% adalah 0,3610. Berdasarkan hal tersebut, hasil uji validitas untuk nilai kepentingan (*importance*) variabel *Service Interaction*

pada layanan pemesanan tiket kereta api di sebuah aplikasi disajikan pada Tabel 4.7 dan Tabel 4.8.

Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas SPSS Variabel *Service Interaction (Importance)*

		Correlations					
		SIT1	SIT2	SIT3	SIT4	SIT5	Service Interaction1
SIT1	Pearson Correlation	1	.946**	.381'	.176	.533**	.772**
	Sig. (2-tailed)		.000	.038	.352	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30
SIT2	Pearson Correlation	.946**	1	.389'	.158	.538**	.769**
	Sig. (2-tailed)	.000		.034	.405	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30
SIT3	Pearson Correlation	.381'	.389'	1	.177	.383'	.626**
	Sig. (2-tailed)	.038	.034		.350	.037	.000
	N	30	30	30	30	30	30
SIT4	Pearson Correlation	.176	.158	.177	1	.346	.647**
	Sig. (2-tailed)	.352	.405	.350		.061	.000
	N	30	30	30	30	30	30
SIT5	Pearson Correlation	.533**	.538**	.383'	.346	1	.748**
	Sig. (2-tailed)	.002	.002	.037	.061		.000
	N	30	30	30	30	30	30
ServiceInteraction1	Pearson Correlation	.772**	.769**	.626**	.647**	.748**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Tabel 4.8 Kesimpulan Uji Validitas Variabel *Service Interaction (Importance)*

Item Pertanyaan	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Keterangan
SQI1	0,760	0.3610	VALID
SQI2	0,450	0.3610	VALID
SQI3	0,565	0.3610	VALID
SQI4	0,744	0.3610	VALID
SQI5	0,760	0.3610	VALID

B. Uji Validitas Aplikasi Traveloka

1. Variabel *Usability*

Dari tabel di atas didapatkan nilai r hitung dari korelasi masing-masing item pertanyaan (UST1-UST6) terhadap total seluruh skor item (*Usability1*). Untuk menentukan nilai r tabel dengan melihat *degree of freedom* (df), dimana $df = \text{jumlah sampel} - 2$. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 30 responden, maka $df = 30 - 2$ yaitu 28. Pada tabel r, diketahui nilai r tabel untuk df 28 dengan tingkat signifikasnsi dua

arah (*two tailed*) 5% adalah 0,3610 Berdasarkan hal tersebut, hasil uji validitas untuk variabel *Usability* pada pemesanan tiket kereta api aplikasi Traveloka disajikan pada Tabel 4.9 dan Tabel 4.10.

Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas SPSS Variabel *Usability* pada Layanan Pemesanan Tiket Kereta Api Aplikasi Traveloka

		Correlations						
		UST1	UST2	UST3	UST4	UST5	UST6	Usability1
UST1	Pearson Correlation	1	.709**	.709**	.469**	.575**	.447**	.841**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.009	.001	.013	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
UST2	Pearson Correlation	.709**	1	.683**	.425*	.408*	.524**	.793**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.019	.025	.003	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
UST3	Pearson Correlation	.709**	.683**	1	.425*	.558**	.524**	.824**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.019	.001	.003	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
UST4	Pearson Correlation	.469**	.425*	.425*	1	.390*	.316	.694**
	Sig. (2-tailed)	.009	.019	.019		.033	.089	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
UST5	Pearson Correlation	.575**	.408*	.558**	.390*	1	.709**	.770**
	Sig. (2-tailed)	.001	.025	.001	.033		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
UST6	Pearson Correlation	.447**	.524**	.524**	.316	.709**	1	.732**
	Sig. (2-tailed)	.013	.003	.003	.089	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Usability1	Pearson Correlation	.841**	.793**	.824**	.694**	.770**	.732**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Tabel 4.10 Kesimpulan Uji Validitas Variabel *Usability* pada Layanan Pemesanan Tiket Kereta Api Aplikasi Traveloka

Item Pertanyaan	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Keterangan
UST1	0,841	0.3610	VALID
UST2	0,793	0.3610	VALID
UST3	0,824	0.3610	VALID
UST4	0,694	0.3610	VALID
UST5	0,770	0.3610	VALID
UST6	0,732	0.3610	VALID

2. Variabel *Information Quality*

Dari tabel di atas didapatkan nilai r hitung dari korelasi masing-masing item pertanyaan (IQT1-IQT6) terhadap total seluruh skor item (*InformationQuality1*). Untuk menentukan nilai r tabel dengan melihat *degree of freedom* (df), dimana df =jumlah sampel -2. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 30 responden, maka df =30-2 yaitu 28. Pada tabel r , diketahui nilai r tabel untuk df =28 dengan tingkat signifikasnsi dua arah (*two tailed*) 5% adalah 0,3610. Berdasarkan hal tersebut, hasil uji validitas untuk variabel *Information quality* pada pemesanan tiket kereta api aplikasi Traveloka disajikan pada Tabel 4.11 dan Tabel 4.12.

Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas SPSS Variabel *Information Quality* pada Layanan Pemesanan Tiket Kereta Api Aplikasi Traveloka

		Correlations						
		IQT1	IQT2	IQT3	IQT4	IQT5	IQT6	Information Quality1
IQT1	Pearson Correlation	1	.947**	.680**	.697**	.473**	.637**	.867**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.008	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
IQT2	Pearson Correlation	.947**	1	.733**	.762**	.531**	.686**	.909**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.003	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
IQT3	Pearson Correlation	.680**	.733**	1	.584**	.590**	.736**	.846**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.001	.001	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
IQT4	Pearson Correlation	.697**	.762**	.584**	1	.736**	.654**	.855**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
IQT5	Pearson Correlation	.473**	.531**	.590**	.736**	1	.769**	.789**
	Sig. (2-tailed)	.008	.003	.001	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
IQT6	Pearson Correlation	.637**	.686**	.736**	.654**	.769**	1	.873**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
InformationQuality1	Pearson Correlation	.867**	.909**	.846**	.855**	.789**	.873**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tabel 4.12 Kesimpulan Uji Validitas Variabel *Information Quality* pada Layanan Pemesanan Tiket Kereta Api Aplikasi Traveloka

Item Pertanyaan	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Keterangan
IQT1	0,867	0,3610	VALID
IQT2	0,909	0,3610	VALID
IQT3	0,846	0,3610	VALID
IQT4	0,855	0,3610	VALID
IQT5	0,789	0,3610	VALID
IQT6	0,873	0,3610	VALID

3. Variabel *Service Interaction*

Dari tabel di atas didapatkan nilai r hitung dari korelasi masing-masing item pertanyaan (SIT1-SIT5) terhadap total seluruh skor item (*ServiceInteraction1*). Untuk menentukan nilai r tabel dengan melihat *degree of freedom* (df), dimana $df = \text{jumlah sampel} - 2$. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 30 responden, maka $df = 30 - 2$ yaitu 28. Pada tabel r, diketahui nilai r tabel untuk df 28 dengan tingkat signifikasnsi dua arah (*two tailed*) 5% adalah 0,3610. Berdasarkan hal tersebut, hasil uji validitas untuk variabel *Service Interaction* pada pemesanan tiket kereta api aplikasi Traveloka disajikan pada Tabel 4.13 dan Tabel 4.14.

Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas SPSS Variabel *Service Interaction* pada Layanan Pemesanan Tiket Kereta Api Aplikasi Traveloka

		Correlations					
		SIT1	SIT2	SIT3	SIT4	SIT5	Service Interaction1
SIT1	Pearson Correlation	1	.946**	.381*	.176	.533**	.772**
	Sig. (2-tailed)		.000	.038	.352	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30
SIT2	Pearson Correlation	.946**	1	.389*	.158	.538**	.769**
	Sig. (2-tailed)	.000		.034	.405	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30
SIT3	Pearson Correlation	.381*	.389*	1	.177	.383*	.626**
	Sig. (2-tailed)	.038	.034		.350	.037	.000
	N	30	30	30	30	30	30
SIT4	Pearson Correlation	.176	.158	.177	1	.346	.647**
	Sig. (2-tailed)	.352	.405	.350		.061	.000
	N	30	30	30	30	30	30
SIT5	Pearson Correlation	.533**	.538**	.383*	.346	1	.748**
	Sig. (2-tailed)	.002	.002	.037	.061		.000
	N	30	30	30	30	30	30
ServiceInteraction1	Pearson Correlation	.772**	.769**	.626**	.647**	.748**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Tabel 4.14 Kesimpulan Uji Validitas Variabel *Service Interaction* pada Layanan Pemesanan Tiket Kereta Api Aplikasi Traveloka

Item Pertanyaan	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Keterangan
SIT1	0,772	0,3610	VALID
SIT2	0,769	0,3610	VALID
SIT3	0,626	0,3610	VALID
SIT4	0,647	0,3610	VALID
SIT5	0,748	0,3610	VALID

4. Variabel *User Satisfaction*

Dari tabel di atas didapatkan nilai r hitung dari korelasi masing-masing item pertanyaan (ST1 dan ST2) terhadap total seluruh skor item (*UserSatisfaction1*). Untuk menentukan nilai r tabel dengan melihat *degree of freedom* (df), dimana $df = \text{jumlah sampel} - 2$. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 30 responden, maka $df = 30 - 2$ yaitu 28. Pada tabel r, diketahui nilai r tabel untuk df 28 dengan tingkat signifikansi dua arah (*two tailed*) 5% adalah 0,3610. Berdasarkan hal tersebut, hasil uji validitas

untuk variabel *User Satisfaction* pada pemesanan tiket kereta api aplikasi Traveloka disajikan pada Tabel 4.15 dan Tabel 4.16.

Tabel 4.15 Hasil Uji Validitas SPSS Variabel *User Satisfaction* pada Layanan Pemesanan Tiket Kereta Api Aplikasi Traveloka

		ST1	ST2	User Satisfaction1
ST1	Pearson Correlation	1	.731**	.932**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	30	30	30
ST2	Pearson Correlation	.731**	1	.928**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	30	30	30
UserSatisfaction1	Pearson Correlation	.932**	.928**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tabel .4.16 Kesimpulan Uji Validitas Variabel *User Satisfaction* pada Layanan Pemesanan Tiket Kereta Api Aplikasi Traveloka

Item Pertanyaan	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Keterangan
SIT1	0,932	0,3610	VALID
SIT2	0,928	0,3610	VALID

C. Validitas PegiPegi

1. Variabel *Usability*

Dari tabel di atas didapatkan nilai r hitung dari korelasi masing-masing item pertanyaan (USP1-USP6) terhadap total seluruh skor item (*Usability*2). Untuk menentukan nilai r tabel dengan melihat *degree of freedom* (df), dimana $df = \text{jumlah sampel} - 2$. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 30 responden, maka $df = 30 - 2$ yaitu 28. Pada tabel r, diketahui nilai r tabel untuk $df = 28$ dengan tingkat signifikasnsi dua arah (*two tailed*) 5% adalah 0,3610. Berdasarkan hal tersebut, hasil uji validitas untuk variabel *Usability* pada pemesanan tiket kereta api aplikasi PegiPegi disajikan pada Tabel 4.17 dan Tabel 4.18.

Tabel 4.17 Hasil Uji Validitas SPSS Variabel *Usability* pada Layanan Pemesanan Tiket Kereta Api Aplikasi PegiPegi

		Correlations						
		USP1	USP2	USP3	USP4	USP5	USP6	Usability2
USP1	Pearson Correlation	1	.787**	.656**	.409*	.665**	.628**	.835**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.025	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
USP2	Pearson Correlation	.787**	1	.572**	.431*	.707**	.638**	.831**
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.017	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
USP3	Pearson Correlation	.656**	.572**	1	.630**	.760**	.790**	.881**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001		.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
USP4	Pearson Correlation	.409*	.431*	.630**	1	.558**	.493**	.709**
	Sig. (2-tailed)	.025	.017	.000		.001	.006	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
USP5	Pearson Correlation	.665**	.707**	.760**	.558**	1	.732**	.883**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
USP6	Pearson Correlation	.628**	.638**	.790**	.493**	.732**	1	.850**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.006	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Usability2	Pearson Correlation	.835**	.831**	.881**	.709**	.883**	.850**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Tabel 4.18 Kesimpulan Uji Validitas Variabel *Usability* pada Layanan Pemesanan Tiket Kereta Api Aplikasi PegiPegi

Item Pertanyaan	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Keterangan
USP1	0,835	0,3610	VALID
USP2	0,831	0,3610	VALID
USP3	0,881	0,3610	VALID
USP4	0,709	0,3610	VALID
USP5	0,883	0,3610	VALID
USP6	0,850	0,3610	VALID

2. Variabel *Information quality*

Dari tabel di atas didapatkan nilai r hitung dari korelasi masing-masing item pertanyaan (IQP1-IQP6) terhadap total seluruh skor item (*InformationQuality2*). Untuk menentukan nilai r tabel dengan melihat *degree of freedom* (df), dimana $df = \text{jumlah sampel} - 2$. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 30 responden, maka $df = 30 - 2$

yaitu 28. Pada tabel r, diketahui nilai r tabel untuk $df=28$ dengan tingkat signifikasnsi dua arah (*two tailed*) 5% adalah 0,3610. Berdasarkan hal tersebut, hasil uji validitas untuk variabel *Information quality* pada pemesanan tiket kereta api aplikasi PegiPegi disajikan pada Tabel 4.19 dan Tabel 4.20.

Tabel 4.19 Hasil Uji Validitas SPSS Variabel *Information quality* pada Layanan Pemesanan Tiket Kereta Api Aplikasi PegiPegi

		Correlations						Information Quality2
		IQP1	IQP2	IQP3	IQP4	IQP5	IQP6	
IQP1	Pearson Correlation	1	.948**	.786**	.893**	.842**	.840**	.947**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
IQP2	Pearson Correlation	.948**	1	.840**	.948**	.793**	.783**	.947**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
IQP3	Pearson Correlation	.786**	.840**	1	.893**	.736**	.840**	.909**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
IQP4	Pearson Correlation	.893**	.948**	.893**	1	.842**	.840**	.966**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
IQP5	Pearson Correlation	.842**	.793**	.736**	.842**	1	.900**	.912**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
IQP6	Pearson Correlation	.840**	.783**	.840**	.840**	.900**	1	.928**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
InformationQuality2	Pearson Correlation	.947**	.947**	.909**	.966**	.912**	.928**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tabel 4.20 Kesimpulan Uji Validitas Variabel *Information quality* pada Layanan Pemesanan Tiket Kereta Api Aplikasi PegiPegi

Item Pertanyaan	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Keterangan
IQP1	0,947	0,3610	VALID
IQP2	0,947	0,3610	VALID
IQP3	0,909	0,3610	VALID
IQP4	0,966	0,3610	VALID
IQP5	0,912	0,3610	VALID
IQP6	0,928	0,3610	VALID

3. Variabel *Service Interaction*

Dari tabel di atas didapatkan nilai r hitung dari korelasi masing-masing item pertanyaan (SIP1-SIP5) terhadap total seluruh skor item (*ServiceInteraction2*). Untuk menentukan nilai r tabel dengan melihat *degree of freedom* (df), dimana $df = \text{jumlah sampel} - 2$. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 30 responden, maka $df = 30 - 2$ yaitu 28. Pada tabel r , diketahui nilai r tabel untuk $df = 28$ dengan tingkat signifikasnsi dua arah (*two tailed*) 5% adalah 0,3610. Berdasarkan hal tersebut, hasil uji validitas untuk variabel *Service Interaction* pada pemesanan tiket kereta api aplikasi PegiPegi disajikan pada Tabel 4.21 dan Tabel 4.22.

Tabel 4.21 Hasil Uji Validitas SPSS Variabel *Service Interaction* pada Layanan Pemesanan Tiket Kereta Api Aplikasi PegiPegi

		Correlations					
		SIP1	SIP2	SIP3	SIP4	SIP5	Service Interaction2
SIP1	Pearson Correlation	1	.646**	.609**	.137	.650**	.731**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.469	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
SIP2	Pearson Correlation	.646**	1	.724**	.323	.761**	.844**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.082	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
SIP3	Pearson Correlation	.609**	.724**	1	.479**	.776**	.900**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.007	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
SIP4	Pearson Correlation	.137	.323	.479**	1	.340	.627**
	Sig. (2-tailed)	.469	.082	.007		.066	.000
	N	30	30	30	30	30	30
SIP5	Pearson Correlation	.650**	.761**	.776**	.340	1	.873**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.066		.000
	N	30	30	30	30	30	30
ServiceInteraction2	Pearson Correlation	.731**	.844**	.900**	.627**	.873**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tabel.4.22 Kesimpulan Uji Validitas Variabel Service Interaction pada Layanan Pemesanan Tiket Kereta Api Aplikasi PegiPegi

Item Pertanyaan	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Keterangan
SIP1	0,731	0,3610	VALID
SIP2	0,844	0,3610	VALID
SIP3	0,900	0,3610	VALID
SIP4	0,627	0,3610	VALID
SIP5	0,873	0,3610	VALID

4. Variabel *User Satisfaction*

Dari tabel di atas didapatkan nilai r hitung dari korelasi masing-masing item pertanyaan (SP1 dan SP2) terhadap total seluruh skor item (*UserSatisfaction2*). Untuk menentukan nilai r tabel dengan melihat *degree of freedom* (df), dimana $df = \text{jumlah sampel} - 2$. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 30 responden, maka $df = 30 - 2$ yaitu 28. Pada tabel r, diketahui nilai r tabel untuk $df = 28$ dengan tingkat signifikasnsi dua arah (*two tailed*) 5% adalah 0,3610. Berdasarkan hal tersebut, hasil uji validitas untuk variabel *User Satisfaction* pada pemesanan tiket kereta api aplikasi PegiPegi disajikan pada Tabel 4.23 dan Tabel 4.24.

Tabel 4.23 Hasil Uji Validitas SPSS Variabel *Service Interaction* pada Layanan Pemesanan Tiket Kereta Api Aplikasi PegiPegi

Correlations				
		SP1	SP2	User Satisfaction2
SP1	Pearson Correlation	1	.767**	.936**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	30	30	30
SP2	Pearson Correlation	.767**	1	.944**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	30	30	30
UserSatisfaction2	Pearson Correlation	.936**	.944**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tabel 4.24 Kesimpulan Uji Validitas Variabel *User Satisfaction* pada Layanan Pemesanan Tiket Kereta Api Aplikasi PegiPegi

Item Pertanyaan	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Keterangan
SP1	0,936	0,3610	VALID
SP2	0,944	0,3610	VALID

D. Validitas KAI Access

1. Variabel *Usability*

Dari tabel di atas didapatkan nilai r hitung dari korelasi masing-masing item pertanyaan (USK1-USK6) terhadap total seluruh skor item (*Usability3*). Untuk menentukan nilai r tabel dengan melihat *degree of freedom* (df), dimana $df = \text{jumlah sampel} - 2$. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 30 responden, maka $df = 30 - 2$ yaitu 28. Pada tabel r, diketahui nilai r tabel untuk $df = 28$ dengan tingkat signifikasnsi dua arah (*two tailed*) 5% adalah 0,3610. Berdasarkan hal tersebut, hasil uji validitas untuk variabel *Information quality* pada pemesanan tiket kereta api aplikasi KAI Access disajikan pada Tabel 4.25 dan 4.26.

Tabel 4.25 Hasil Uji Validitas SPSS Variabel *Usability* pada Layanan Pemesanan Tiket Kereta Api Aplikasi KAI Access

		USK1	USK2	USK3	USK4	USK5	USK6	Usability3
USK1	Pearson Correlation	1	.659**	.702**	.319	.595**	.545**	.822**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.086	.001	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
USK2	Pearson Correlation	.659**	1	.507**	.188	.592**	.699**	.763**
	Sig. (2-tailed)	.000		.004	.320	.001	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
USK3	Pearson Correlation	.702**	.507**	1	.469**	.565**	.400*	.804**
	Sig. (2-tailed)	.000	.004		.009	.001	.029	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
USK4	Pearson Correlation	.319	.188	.469**	1	.603**	.320	.656**
	Sig. (2-tailed)	.086	.320	.009		.000	.084	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
USK5	Pearson Correlation	.595**	.592**	.565**	.603**	1	.492**	.825**
	Sig. (2-tailed)	.001	.001	.001	.000		.006	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
USK6	Pearson Correlation	.545**	.699**	.400*	.320	.492**	1	.740**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.029	.084	.006		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Usability3	Pearson Correlation	.822**	.763**	.804**	.656**	.825**	.740**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Tabel 4.26 Kesimpulan Uji Validitas Variabel *Usability* pada Layanan Pemesanan Tiket Kereta Api Aplikasi KAI Access

Item Pertanyaan	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Keterangan
USK1	0,822	0,3610	VALID
USK2	0,763	0,3610	VALID
USK3	0,804	0,3610	VALID
USK4	0,656	0,3610	VALID
USK5	0,825	0,3610	VALID
USK6	0,740	0,3610	VALID

2. Variabel *Information quality*

Dari tabel di atas didapatkan nilai r hitung dari korelasi masing-masing item pertanyaan (IQK1-IQK6) terhadap total seluruh skor item (*InformationQuality3*). Untuk menentukan nilai r tabel dengan melihat *degree of freedom* (df), dimana $df = \text{jumlah sampel} - 2$. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 30 responden, maka $df = 30 - 2$ yaitu 28. Pada tabel r, diketahui nilai r tabel untuk $df = 28$ dengan tingkat signifikasnsi dua arah (*two tailed*) 5% adalah 0,3610. Berdasarkan hal tersebut, hasil uji validitas untuk variabel *Information quality* pada pemesanan tiket kereta api aplikasi KAI Access disajikan pada Tabel 4.27 dan Tabel 4.28.

Tabel 4.27 Hasil Uji Validitas SPSS Variabel *Information quality* pada Layanan Pemesanan Tiket Kereta Api Aplikasi KAI Access

		Correlations						Information Quality3
		IQK1	IQK2	IQK3	IQK4	IQK5	IQK6	
IQK1	Pearson Correlation	1	.693**	.853**	.780**	.772**	.613**	.889**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
IQK2	Pearson Correlation	.693**	1	.830**	.737**	.592**	.737**	.861**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.001	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
IQK3	Pearson Correlation	.853**	.830**	1	.737**	.757**	.737**	.924**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
IQK4	Pearson Correlation	.780**	.737**	.737**	1	.843**	.814**	.921**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
IQK5	Pearson Correlation	.772**	.592**	.757**	.843**	1	.671**	.873**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
IQK6	Pearson Correlation	.613**	.737**	.737**	.814**	.671**	1	.854**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
InformationQuality3	Pearson Correlation	.889**	.861**	.924**	.921**	.873**	.854**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tabel 4.28 Kesimpulan Uji Validitas Variabel *Information quality* pada Layanan Pemesanan Tiket Kereta Api Aplikasi KAI Access

Item Pertanyaan	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Keterangan
IQK1	0,889	0,3610	VALID
IQK2	0,861	0,3610	VALID
IQK3	0,924	0,3610	VALID
IQK4	0,921	0,3610	VALID
IQK5	0,873	0,3610	VALID
IQK6	0,854	0,3610	VALID

3. Variabel *Service Interaction*

Dari tabel di atas didapatkan nilai r hitung dari korelasi masing-masing item pertanyaan (SIK1-SIK5) terhadap total seluruh skor item (*ServiceInteraction3*). Untuk menentukan nilai r tabel dengan melihat *degree of freedom* (df), dimana $df = \text{jumlah sampel} - 2$. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 30 responden, maka $df = 30 - 2$ yaitu 28. Pada tabel r , diketahui nilai r tabel untuk $df = 28$ dengan tingkat signifikasnsi dua arah (*two tailed*) 5% adalah 0,3610. Berdasarkan hal tersebut, hasil uji validitas untuk variabel *Service Interaction* pada pemesanan tiket kereta api aplikasi KAI Access disajikan pada Tabel 4.29 dan Tabel 4.30.

Tabel 4.29 Hasil Uji Validitas SPSS Variabel *Service Interaction* pada Layanan Pemesanan Tiket Kereta Api Aplikasi KAI Access

		Correlations					
		SIK1	SIK2	SIK3	SIK4	SIK5	Service Interaction3
SIK1	Pearson Correlation	1	.653**	.448*	.045	.455*	.727**
	Sig. (2-tailed)		.000	.013	.812	.011	.000
	N	30	30	30	30	30	30
SIK2	Pearson Correlation	.653**	1	.608**	-.025	.737**	.787**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.895	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
SIK3	Pearson Correlation	.448*	.608**	1	.052	.391*	.698**
	Sig. (2-tailed)	.013	.000		.785	.033	.000
	N	30	30	30	30	30	30
SIK4	Pearson Correlation	.045	-.025	.052	1	.076	.481**
	Sig. (2-tailed)	.812	.895	.785		.690	.007
	N	30	30	30	30	30	30
SIK5	Pearson Correlation	.455*	.737**	.391*	.076	1	.704**
	Sig. (2-tailed)	.011	.000	.033	.690		.000
	N	30	30	30	30	30	30
ServiceInteraction3	Pearson Correlation	.727**	.787**	.698**	.481**	.704**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.007	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Tabel 4.30 Kesimpulan Uji Validitas Variabel *Service Interaction* pada Layanan Pemesanan Tiket Kereta Api Aplikasi KAI Access

Item Pertanyaan	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Keterangan
SIK1	0,727	0,3610	VALID
SIK2	0,787	0,3610	VALID
SIK3	0,698	0,3610	VALID
SIK4	0,481	0,3610	VALID
SIK5	0,704	0,3610	VALID

4. Variabel *User Satisfaction*

Dari tabel di atas didapatkan nilai r hitung dari korelasi masing-masing item pertanyaan (SK1 dan SK2) terhadap total seluruh skor item (*UserSatisfaction3*). Untuk menentukan nilai r tabel dengan melihat *degree of freedom* (df), dimana $df = \text{jumlah sampel} - 2$. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 30 responden, maka $df = 30 - 2$ yaitu 28. Pada tabel r, diketahui nilai r tabel untuk $df = 28$ dengan tingkat signifikansi dua arah (*two tailed*) 5% adalah 0,3610. Berdasarkan hal tersebut, hasil uji validitas untuk variabel *User Satisfaction* pada pemesanan tiket kereta api aplikasi KAI Access disajikan pada Tabel 4.31 dan Tabel 4.32.

Tabel 4.31 Kesimpulan Uji Validitas SPSS Variabel *User Satisfaction* pada Layanan Pemesanan Tiket Kereta Api Aplikasi KAI Access

Correlations				
		SK1	SK2	User Satisfaction3
SK1	Pearson Correlation	1	.717**	.913**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	30	30	30
SK2	Pearson Correlation	.717**	1	.939**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	30	30	30
UserSatisfaction3	Pearson Correlation	.913**	.939**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tabel 4.32 Kesimpulan Hasil Uji Validitas Variabel *User Satisfaction* pada Layanan Pemesanan Tiket Kereta Api Aplikasi KAI Access

Item Pertanyaan	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Keterangan
SIK1	0,913	0,3610	VALID
SIK2	0,939	0,3610	VALID

4.3.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui keabsahan dari alat ukur yang digunakan, apakah alat ukur yang digunakan menghasilkan hasil yang relatif sama jika dilakukan pengukuran ulang terhadap subjek yang sama. Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan metode Chronbachs Alpha dan membandingkan antara nilai r hitung dengan nilai r tabel. Syarat untuk memutuskan alat ukur tersebut reliabel atau tidak adalah nilai Chronbachs Alpha lebih besar dari 0,6.

A. Uji Reliabilitas Kepentingan (Importance)

Pada Tabel 4.33 dipaparkan hasil uji reliabilitas dari variabel yang terdapat dalam pengukuran nilai kepentingan layanan pemesanan tiket kereta api pada suatu aplikasi. Hasil dari uji reliabilitas menunjukkan bahwa variabel-variabel tersebut reliabel karena nilai Cronbach's Alpha > 0.6 .

Tabel 4.33 Hasil Uji Reliabilitas Keseluruhan Variabel pada Nilai Kepentingan (*Importance*)

No.	Cronbach's Alpha	Variabel	Nilai r tabel	Keterangan
1.	Reliability Statistics		0,3610	RELIABEL
	Cronbach's Alpha	N of Items		
	.756	6		
2.	Reliability Statistics		0,3610	RELIABEL
	Cronbach's Alpha	N of Items		
	.829	6		

No.	Cronbach's Alpha	Variabel	Nilai r tabel	Keterangan						
3.	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Reliability Statistics</th> </tr> <tr> <th>Cronbach's Alpha</th> <th>N of Items</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>.659</td> <td>5</td> </tr> </tbody> </table>	Reliability Statistics		Cronbach's Alpha	N of Items	.659	5	<i>Service Interaction</i>	0,3610	RELIABEL
Reliability Statistics										
Cronbach's Alpha	N of Items									
.659	5									

B. Uji Reliabilitas Traveloka

Pada Tabel 4.34 dipaparkan hasil uji reliabilitas dari variabel yang terdapat dalam pengukuran kinerja aktual dari kualitas pemesanan tiket kereta api pada aplikasi Traveloka. Hasil dari uji reliabilitas menunjukkan bahwa variabel-variabel tersebut reliabel karena nilai Cronbach's Alpha > 0.6 .

Tabel 4.34 Hasil Uji Reliabilitas Tiap Variabel pada Layanan Pemesanan Tiket Kereta Api di Aplikasi Traveloka

No.	Cronbach's Alpha	Variabel	Nilai r tabel	Keterangan						
1.	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Reliability Statistics</th> </tr> <tr> <th>Cronbach's Alpha</th> <th>N of Items</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>.857</td> <td>6</td> </tr> </tbody> </table>	Reliability Statistics		Cronbach's Alpha	N of Items	.857	6	<i>Usability</i>	0,3610	RELIABEL
Reliability Statistics										
Cronbach's Alpha	N of Items									
.857	6									
2.	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Reliability Statistics</th> </tr> <tr> <th>Cronbach's Alpha</th> <th>N of Items</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>.927</td> <td>6</td> </tr> </tbody> </table>	Reliability Statistics		Cronbach's Alpha	N of Items	.927	6	<i>Information quality</i>	0,3610	RELIABEL
Reliability Statistics										
Cronbach's Alpha	N of Items									
.927	6									
3.	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Reliability Statistics</th> </tr> <tr> <th>Cronbach's Alpha</th> <th>N of Items</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>.703</td> <td>5</td> </tr> </tbody> </table>	Reliability Statistics		Cronbach's Alpha	N of Items	.703	5	<i>Service Interaction</i>	0,3610	RELIABEL
Reliability Statistics										
Cronbach's Alpha	N of Items									
.703	5									

No.	Cronbach's Alpha	Variabel	Nilai r tabel	Keterangan						
4.	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Reliability Statistics</th> </tr> <tr> <th>Cronbach's Alpha</th> <th>N of Items</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>.844</td> <td>2</td> </tr> </tbody> </table>	Reliability Statistics		Cronbach's Alpha	N of Items	.844	2	<i>User Satisfaction</i>	0,3610	RELIABEL
Reliability Statistics										
Cronbach's Alpha	N of Items									
.844	2									

C. Uji Reliabilitas PegiPegi

Pada Tabel 4.35 dipaparkan hasil uji reliabilitas dari variabel yang terdapat dalam pengukuran kinerja aktual dari kualitas pemesanan tiket kereta api pada aplikasi PegiPegi. Hasil dari uji reliabilitas menunjukkan bahwa variabel-variabel tersebut reliabel karena nilai Cronbach's Alpha > 0.6.

Tabel 4.35 Hasil Uji Reliabilitas Tiap Variabel pada Layanan Pemesanan Tiket Kereta Api di Aplikasi PegiPegi

No.	Cronbach's Alpha	Variabel	Nilai r tabel	Nilai r hitung	Keterangan						
1.	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Reliability Statistics</th> </tr> <tr> <th>Cronbach's Alpha</th> <th>N of Items</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>.909</td> <td>6</td> </tr> </tbody> </table>	Reliability Statistics		Cronbach's Alpha	N of Items	.909	6	<i>Usability</i>	0,3610	0,909	RELIABEL
Reliability Statistics											
Cronbach's Alpha	N of Items										
.909	6										
2.	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Reliability Statistics</th> </tr> <tr> <th>Cronbach's Alpha</th> <th>N of Items</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>.971</td> <td>6</td> </tr> </tbody> </table>	Reliability Statistics		Cronbach's Alpha	N of Items	.971	6	<i>Information quality</i>	0,3610	0,971	RELIABEL
Reliability Statistics											
Cronbach's Alpha	N of Items										
.971	6										
3.	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Reliability Statistics</th> </tr> <tr> <th>Cronbach's Alpha</th> <th>N of Items</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>.839</td> <td>5</td> </tr> </tbody> </table>	Reliability Statistics		Cronbach's Alpha	N of Items	.839	5	<i>Service Interaction</i>	0,3610	0,839	RELIABEL
Reliability Statistics											
Cronbach's Alpha	N of Items										
.839	5										

No.	Cronbach's Alpha	Variabel	Nilai r tabel	Nilai r hitung	Keterangan				
4.	<p style="text-align: center;">Reliability Statistics</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="text-align: center;">Cronbach's Alpha</td> <td style="text-align: center;">N of Items</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">.867</td> <td style="text-align: center;">2</td> </tr> </table>	Cronbach's Alpha	N of Items	.867	2	<i>User Satisfaction</i>	0,3610	0,867	RELIABEL
Cronbach's Alpha	N of Items								
.867	2								

D. Uji Reliabilitas KAI Access

Pada Tabel 4.36 dipaparkan hasil uji reliabilitas dari variabel yang terdapat dalam pengukuran kinerja aktual dari kualitas pemesanan tiket kereta api pada aplikasi KAI Access. Hasil dari uji reliabilitas menunjukkan bahwa variabel-variabel tersebut reliabel karena nilai Cronbach's Alpha > 0.6 .

Tabel 4.36 Hasil Uji Reliabilitas Tiap Variabel pada Layanan Pemesanan Tiket Kereta Api di Aplikasi KAI Access

No.	Cronbach's Alpha	Variabel	Nilai r tabel	Keterangan				
1.	<p style="text-align: center;">Reliability Statistics</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="text-align: center;">Cronbach's Alpha</td> <td style="text-align: center;">N of Items</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">.853</td> <td style="text-align: center;">6</td> </tr> </table>	Cronbach's Alpha	N of Items	.853	6	<i>Usability</i>	0,3610	RELIABEL
Cronbach's Alpha	N of Items							
.853	6							
2.	<p style="text-align: center;">Reliability Statistics</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="text-align: center;">Cronbach's Alpha</td> <td style="text-align: center;">N of Items</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">.636</td> <td style="text-align: center;">5</td> </tr> </table>	Cronbach's Alpha	N of Items	.636	5	<i>Information quality</i>	0,3610	RELIABEL
Cronbach's Alpha	N of Items							
.636	5							
3.	<p style="text-align: center;">Reliability Statistics</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="text-align: center;">Cronbach's Alpha</td> <td style="text-align: center;">N of Items</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">.945</td> <td style="text-align: center;">6</td> </tr> </table>	Cronbach's Alpha	N of Items	.945	6	<i>Service Interaction</i>	0,3610	RELIABEL
Cronbach's Alpha	N of Items							
.945	6							

No.	Cronbach's Alpha	Variabel	Nilai r tabel	Keterangan						
4.	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Reliability Statistics</th> </tr> <tr> <th>Cronbach's Alpha</th> <th>N of Items</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>.828</td> <td>2</td> </tr> </tbody> </table>	Reliability Statistics		Cronbach's Alpha	N of Items	.828	2	<i>User Satisfaction</i>	0,3610	RELIABEL
Reliability Statistics										
Cronbach's Alpha	N of Items									
.828	2									

2.12.12 Uji Asumsi Klasik

4.3.1.3 Uji Linearitas

Berdasarkan hasil uji linearitas terhadap data aplikasi Traveloka, PegiPegi, dan KAI Access diketahui bahwa nilai signifikansi *deviation from linearity* lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa antara masing-masing variabel bebas dengan variabel terikatnya memiliki hubungan yang linear.

Pada Tabel 4.37 dipaparkan hasil uji linearitas antara variabel *usability* dengan *user satisfaction* untuk pemesanan tiket kereta api pada aplikasi Traveloka. Hasil dari uji linearitas menunjukkan bahwa variabel *usability* memiliki hubungan yang linear dengan variabel *user satisfaction* karena nilai signifikansi *deviation from linearity* yang dimiliki lebih besar dari 0,05, yaitu sebesar 0,480.

Tabel 4.37 Hasil Uji Linearitas Variabel *Usability* dengan *User Satisfaction* untuk Pemesanan Tiket Kereta Api di Aplikasi Traveloka

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
UserSatisfaction1 * Usability1	Between Groups	(Combined)	6.152	8	.769	.830	.580
		Linearity	.015	1	.015	.016	.900
		Deviation from Linearity	6.138	7	.877	.946	.480
	Within Groups		47.248	51	.926		
	Total		53.400	59			

Pada Tabel 4.38 dipaparkan hasil uji linearitas antara variabel *information quality* dengan *user satisfaction* untuk pemesanan tiket kereta api pada aplikasi Traveloka. Hasil dari uji linearitas menunjukkan bahwa variabel *information quality* memiliki hubungan yang linear dengan variabel *user satisfaction* karena

nilai signifikansi *deviation from linearity* yang dimiliki lebih besar dari 0,05, yaitu sebesar 0,905.

Tabel 4.38 Hasil Uji Linearitas Variabel *Information Quality* dengan *User Satisfaction* untuk Pemesanan Tiket Kereta Api di Aplikasi Traveloka

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
UserSatisfaction1 * InformationQuality1	Between Groups	(Combined)	22.646	6	3.774	6.505	.000
		Linearity	21.746	1	21.746	37.475	.000
		Deviation from Linearity	.900	5	.180	.310	.905
	Within Groups		30.754	53	.580		
	Total		53.400	59			

Pada Tabel 4.39 dipaparkan hasil uji linearitas antara variabel *service interaction* dengan *user satisfaction* untuk pemesanan tiket kereta api pada aplikasi Traveloka. Hasil dari uji linearitas menunjukkan bahwa variabel *service interaction* memiliki hubungan yang linear dengan variabel *user satisfaction* karena nilai signifikansi *deviation from linearity* yang dimiliki lebih besar dari 0,05, yaitu sebesar 0,230.

Tabel 4.39 Hasil Uji Linearitas Variabel *Service Interaction* dengan *User Satisfaction* untuk Pemesanan Tiket Kereta Api di Aplikasi Traveloka

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
UserSatisfaction1 * ServiceInteraction1	Between Groups	(Combined)	30.055	8	3.757	8.208	.000
		Linearity	25.599	1	25.599	55.924	.000
		Deviation from Linearity	4.457	7	.637	1.391	.230
	Within Groups		23.345	51	.458		
	Total		53.400	59			

Pada Tabel 4.40 dipaparkan hasil uji linearitas antara variabel *information quality* dengan *user satisfaction* untuk pemesanan tiket kereta api pada aplikasi PegiPegi. Hasil dari uji linearitas menunjukkan bahwa variabel *information quality* memiliki hubungan yang linear dengan variabel *user satisfaction* karena nilai signifikansi *deviation from linearity* yang dimiliki lebih besar dari 0,05, yaitu sebesar 0,915.

Tabel 4.40 Hasil Uji Linearitas Variabel *Information Quality* dengan *User Satisfaction* untuk Pemesanan Tiket Kereta Api di Aplikasi PegiPegi

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
UserSatisfaction2* InformationQuality2	Between Groups	(Combined)	7.530	10	.753	.550	.846
		Linearity	2.286	1	2.286	1.670	.202
		Deviation from Linearity	5.244	9	.583	.426	.915
	Within Groups		67.070	49	1.369		
	Total		74.600	59			

Pada Tabel 4.41 dipaparkan hasil uji linearitas antara variabel *usability* dengan *user satisfaction* untuk pemesanan tiket kereta api pada aplikasi PegiPegi. Hasil dari uji linearitas menunjukkan bahwa variabel *usability* memiliki hubungan yang linear dengan variabel *user satisfaction* karena nilai signifikansi *deviation from linearity* yang dimiliki lebih besar dari 0,05, yaitu sebesar 0,964.

Tabel 4.41 Hasil Uji Linearitas Variabel *Usability* dengan *User Satisfaction* untuk Pemesanan Tiket Kereta Api di Aplikasi PegiPegi

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
UserSatisfaction2* Usability2	Between Groups	(Combined)	7.789	11	.708	.509	.888
		Linearity	3.022	1	3.022	2.171	.147
		Deviation from Linearity	4.767	10	.477	.342	.964
	Within Groups		66.811	48	1.392		
	Total		74.600	59			

Pada Tabel 4.42 dipaparkan hasil uji linearitas antara variabel *service interaction* dengan *user satisfaction* untuk pemesanan tiket kereta api pada aplikasi PegiPegi. Hasil dari uji linearitas menunjukkan bahwa variabel *service interaction* memiliki hubungan yang linear dengan variabel *user satisfaction* karena nilai signifikansi *deviation from linearity* yang dimiliki lebih besar dari 0,05, yaitu sebesar 0,728.

Tabel 4.42 Hasil Uji Linearitas Variabel *Service Interaction* dengan *User Satisfaction* untuk Pemesanan Tiket Kereta Api di Aplikasi PegiPegi

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
UserSatisfaction2 * ServiceInteraction2	Between Groups	(Combined)	49.961	10	4.996	9.936	.000
		Linearity	46.912	1	46.912	93.295	.000
		Deviation from Linearity	3.049	9	.339	.674	.728
Within Groups			24.639	49	.503		
Total			74.600	59			

Pada Tabel 4.43 dipaparkan hasil uji linearitas antara variabel *service interaction* dengan *user satisfaction* untuk pemesanan tiket kereta api pada aplikasi KAI Access. Hasil dari uji linearitas menunjukkan bahwa variabel *service interaction* memiliki hubungan yang linear dengan variabel *user satisfaction* karena nilai signifikansi *deviation from linearity* yang dimiliki lebih besar dari 0,05, yaitu sebesar 0,118.

Tabel 4.43 Hasil Uji Linearitas Variabel *Service Interaction* dengan *User Satisfaction* untuk Pemesanan Tiket Kereta Api di Aplikasi KAI Access

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
UserSatisfaction3 * ServiceInteraction3	Between Groups	(Combined)	45.427	8	5.678	12.983	.000
		Linearity	40.072	1	40.072	91.621	.000
		Deviation from Linearity	5.355	7	.765	1.749	.118
Within Groups			22.306	51	.437		
Total			67.733	59			

Pada Tabel 4.44 dipaparkan hasil uji linearitas antara *information quality* dengan *user satisfaction* untuk pemesanan tiket kereta api pada aplikasi KAI Access. Hasil dari uji linearitas menunjukkan bahwa variabel *information quality* memiliki hubungan yang linear dengan variabel *user satisfaction* karena nilai signifikansi *deviation from linearity* yang dimiliki lebih besar dari 0,05, yaitu sebesar 0,753.

Tabel 4.44 Hasil Uji Linearitas Variabel *Information Quality* dengan *User Satisfaction* untuk Pemesanan Tiket Kereta Api di Aplikasi KAI Access

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
UserSatisfaction3 * InformationQuality3	Between Groups	(Combined)	36.369	5	7.274	12.524	.000
		Linearity	35.262	1	35.262	60.712	.000
		Deviation from Linearity	1.107	4	.277	.476	.753
Within Groups			31.364	54	.581		
Total			67.733	59			

Pada Tabel 4.45 dipaparkan hasil uji linearitas antara *usability* dengan *user satisfaction* untuk pemesanan tiket kereta api pada aplikasi KAI Access. Hasil dari uji linearitas menunjukkan bahwa variabel *usability* memiliki hubungan yang linear dengan variabel *user satisfaction* karena nilai signifikansi *deviation from linearity* yang dimiliki lebih besar dari 0,05, yaitu sebesar 0,070.

Tabel 4.45 Hasil Uji Linearitas Variabel *Usability* dengan *User Satisfaction* untuk Pemesanan Tiket Kereta Api di Aplikasi KAI Access

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
UserSatisfaction3 * Usability3	Between Groups	(Combined)	43.571	9	4.841	10.018	.000
		Linearity	35.956	1	35.956	74.406	.000
		Deviation from Linearity	7.616	8	.952	1.970	.070
Within Groups			24.162	50	.483		
Total			67.733	59			

4.3.1.4 Uji *Outlier*

Berdasarkan hasil uji *outlier* yang telah dilakukan, terdapat beberapa data yang memiliki karakteristik yang berbeda jauh dengan data yang lain. Dari 76 data responden, didapatkan sejumlah 16 data yang diketahui sebagai data *outlier*. Data-data tersebut memiliki nilai Z di atas 2,5 dan -2,5. Pada umumnya, dari uji *outlier* dapat diketahui yang memiliki karakteristik berbeda dalam sebuah data, yaitu dari item pertanyaan yang diajukan atau jawaban dari responden. Apabila item pernyataan tersebut adalah pencilan, maka item tersebut perlu diubah atau dihapus. Sedangkan jika rata-rata jawaban dari responden memiliki nilai Z yang dinyatakan *outlier*, maka data dari responden tersebut perlu dihapus. Dalam penelitian ini,

outlier berasal dari beberapa responden sehingga peneliti diambil langkah selanjutnya yaitu menghilangkan data responden yang *outlier*.

2.12.13 Uji Regresi Linear Berganda

4.3.1.5 Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Penelitian ini melakukan uji t terhadap tiga aplikasi layanan pemesanan tiket kereta api *online* yaitu Traveloka, PegiPegi, dan KAI Access. Setiap aplikasi memiliki variabel bebas, yaitu *Usability*, *Service Interaction*, dan *Information quality* serta *User Satisfaction* sebagai variabel terikatnya. Nilai α yang digunakan dalam penelitian ini adalah 0,05 atau 95%. Syarat dari uji t adalah sebagai berikut:

1. Nilai t hitung > nilai t tabel atau nilai Sig < α , maka variabel dinyatakan berpengaruh signifikan terhadap variable terikatnya.
2. Nilai t hitung < nilai t tabel atau nilai Sig > α , maka variabel dinyatakan tidak berpengaruh signifikan terhadap variable terikatnya.

A. Uji t pada Traveloka

Tabel 4.46 Hasil Uji t untuk Pemesanan Tiket Kereta Api di Traveloka

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.131	.813		-.161	.873
	Usability1	.175	.058	.403	2.993	.004
	InformationQuality1	.052	.050	.139	1.032	.306
	ServiceInteraction1	.132	.061	.299	2.151	.036

a. Dependent Variable: UserSatisfaction1

- a. Pengujian Hipotesis Parsial *Usability* terhadap *User Satisfaction* pada Pemesanan Tiket Kereta Api di Aplikasi Traveloka (H1A)

Berdasarkan hasil uji t pada Tabel 4.46, terlihat bahwa nilai t hitung adalah 2,993. Nilai t hitung tersebut akan dibandingkan dengan t tabel, dimana $t_{tabel} = (t_{\alpha/2}; N-k-1)$, dimana α adalah nilai signifikansi dan k adalah jumlah variabel bebas. Jadi nilai t tabel yang akan dibandingkan dengan t hitung adalah (0,025; 56) yaitu 2,00324. Terlihat bahwa nilai t hitung $>$ t tabel ($2,993 < 2,003$) dan nilai signifikansi $<$ nilai α ($0,004 < 0,05$), sehingga dapat dinyatakan bahwa H1A diterima pada layanan pemesanan tiket kereta api *online* pada aplikasi Traveloka, atau terdapat pengaruh positif dan signifikan *usability* terhadap *user satisfaction* pada pemesanan tiket kereta api di aplikasi Traveloka.

- b. Pengujian Hipotesis Parsial *Information quality* terhadap *User Satisfaction* pada Pemesanan Tiket Kereta Api di Aplikasi Traveloka (H2A)

Berdasarkan hasil uji t pada Tabel 4.46, terlihat bahwa nilai t hitung adalah 1,032. Nilai t hitung tersebut akan dibandingkan dengan t tabel, dimana $t_{tabel} = (t_{\alpha/2}; N-k-1)$, dimana α adalah nilai signifikansi dan k adalah jumlah variabel bebas. Jadi nilai t tabel yang akan dibandingkan dengan t hitung adalah (0,025; 56) yaitu 2,00324. Terlihat bahwa nilai t hitung $<$ t tabel ($1,032 < 2,003$) dan nilai signifikansi $>$ nilai α ($0,306 > 0,05$), sehingga dapat dinyatakan bahwa H2A ditolak pada layanan pemesanan tiket kereta api *online* pada aplikasi Traveloka, atau tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan *usability* terhadap *information quality* pada pemesanan tiket kereta api di aplikasi Traveloka.

- c. Pengujian Hipotesis Parsial *Service Interaction* terhadap *User Satisfaction* pada Pemesanan Tiket Kereta Api di Aplikasi Traveloka (H3A)

Berdasarkan hasil uji t pada Tabel 4.46, terlihat bahwa nilai t hitung adalah 2,151. Nilai t hitung tersebut akan dibandingkan dengan t tabel, dimana $t_{tabel} = (t_{\alpha/2}; N-k-1)$, dimana α adalah nilai signifikansi dan k adalah jumlah variabel bebas. Jadi nilai t tabel yang akan dibandingkan dengan t hitung adalah (0,025; 56) yaitu

2,00324. Terlihat bahwa nilai t hitung $< t$ tabel ($2,151 < 2,003$) dan nilai signifikansi $>$ nilai α ($0,036 > 0,05$), sehingga dapat dinyatakan bahwa H3A diterima pada layanan pemesanan tiket kereta api *online* pada aplikasi Traveloka, atau terdapat pengaruh positif dan signifikan *service interaction* terhadap *user satisfaction* pada pemesanan tiket kereta api di aplikasi Traveloka.

B. Uji t pada PegiPegi

Tabel 4.47 Hasil Uji t untuk Pemesanan Tiket Kereta Api di PegiPegi

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.655	.905		1.828	.073
	<i>Usability</i> 2	-.069	.045	-.180	-1.557	.125
	InformationQuality2	.016	.045	.041	0.356	.723
	ServiceInteraction2	.359	.036	.786	9.908	.000

a. Dependent Variable: UserSatisfaction2

a. Pengujian Hipotesis Parsial *Usability* terhadap *User Satisfaction* pada Pemesanan Tiket Kereta Api di Aplikasi Traveloka (H1B)

Berdasarkan hasil uji t pada Tabel 4.47, terlihat bahwa nilai t hitung adalah -1,557 Nilai t hitung tersebut akan dibandingkan dengan t tabel, dimana t tabel = $(\alpha/2; N-k-1)$, dimana α adalah nilai signifikansi dan k adalah jumlah variabel bebas. Jadi nilai t tabel yang akan dibandingkan dengan t hitung adalah $(0,025; 56)$ yaitu 2,00324. Terlihat bahwa nilai t hitung $< t$ tabel ($-1,557 < 2,003$) dan nilai signifikansi $>$ nilai α ($0,125 > 0,05$), sehingga dapat dinyatakan bahwa H1B ditolak pada layanan pemesanan tiket kereta api *online* pada aplikasi PegiPegi, atau tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan *usability* terhadap *user satisfaction* pada pemesanan tiket kereta api di aplikasi PegiPegi.

b. Pengujian Hipotesis Parsial *Information quality* terhadap *User Satisfaction* pada Pemesanan Tiket Kereta Api di Aplikasi PegiPegi (H2B)

Berdasarkan hasil uji t pada Tabel 4.47, terlihat bahwa nilai t hitung adalah 0,356. Nilai t hitung tersebut akan dibandingkan dengan t tabel, dimana $t_{tabel} = (t_{\alpha/2; N-k-1})$, dimana α adalah nilai signifikansi dan k adalah jumlah variabel bebas. Jadi nilai t tabel yang akan dibandingkan dengan t hitung adalah (0,025; 56) yaitu 2,00324. Terlihat bahwa nilai t hitung $<$ t tabel ($0,356 < 2,003$) dan nilai signifikansi $>$ nilai α ($0,723 > 0,05$), sehingga dapat dinyatakan bahwa H2 ditolak pada layanan pemesanan tiket kereta api *online* pada aplikasi PegiPegi, atau tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan *information quality* terhadap *user satisfaction* pada pemesanan tiket kereta api di aplikasi PegiPegi.

c. Pengujian Hipotesis Parsial *Service Interaction* terhadap *User Satisfaction* pada Pemesanan Tiket Kereta Api di Aplikasi PegiPegi (H3B)

Berdasarkan hasil uji t pada Tabel 4.47, terlihat bahwa nilai t hitung adalah 9,908. Nilai t hitung tersebut akan dibandingkan dengan t tabel, dimana $t_{tabel} = (t_{\alpha/2; N-k-1})$, dimana α adalah nilai signifikansi dan k adalah jumlah variabel bebas. Jadi nilai t tabel yang akan dibandingkan dengan t hitung adalah (0,025; 56) yaitu 2,00324. Terlihat bahwa nilai t hitung $<$ t tabel ($9,908 < 2,003$) dan nilai signifikansi $>$ nilai α ($0,000 > 0,05$), sehingga dapat dinyatakan bahwa H3B diterima pada layanan pemesanan tiket kereta api *online* pada aplikasi PegiPegi, atau terdapat pengaruh positif dan signifikan *service interaction* terhadap *user satisfaction* pada pemesanan tiket kereta api di aplikasi PegiPegi.

C. Uji t pada KAI Access

Tabel 4.48 Hasil Uji t pada Pemesanan Tiket Kereta Api di Aplikasi KAI Access

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.543	.722		-.751	.456
	<i>Usability</i> ₃	.132	.044	.346	2.966	.004
	<i>InformationQuality</i> ₃	.042	.058	.102	.713	.479
	<i>ServiceInteraction</i> ₃	.224	.064	.454	3.501	.001

a. Dependent Variable: *UserSatisfaction*₃

a. Pengujian Hipotesis Parsial *Usability* terhadap *User Satisfaction* pada Pemesanan Tiket Kereta Api di Aplikasi KAI Access (H1C)

Berdasarkan hasil uji t pada Tabel 4.48, terlihat bahwa nilai t hitung adalah 2,966. Nilai t hitung tersebut akan dibandingkan dengan t tabel, dimana $t_{tabel} = (t_{\alpha/2}; N-k-1)$, dimana α adalah nilai signifikansi dan k adalah jumlah variabel bebas. Jadi nilai t tabel yang akan dibandingkan dengan t hitung adalah $(0,025; 56)$ yaitu 2,00324. Terlihat bahwa nilai t hitung $>$ t tabel ($2,966 > 2,003$) dan nilai signifikansi $<$ nilai α ($0,004 < 0,05$), sehingga dapat dinyatakan bahwa H1C diterima pada layanan pemesanan tiket kereta api *online* pada aplikasi KAI Access, atau terdapat pengaruh positif dan signifikan *usability* terhadap *user satisfaction* pada pemesanan tiket kereta api di aplikasi KAI Access.

b. Pengujian Hipotesis Parsial *Information quality* terhadap *User Satisfaction* pada Pemesanan Tiket Kereta Api di Aplikasi KAI Access (H2C)

Berdasarkan hasil uji t pada Tabel 4.48, terlihat bahwa nilai t hitung adalah 0,713. Nilai t hitung tersebut akan dibandingkan dengan t tabel, dimana $t_{tabel} = (t_{\alpha/2}; N-k-1)$, dimana α adalah nilai signifikansi dan k adalah jumlah variabel bebas. Jadi

nilai t tabel yang akan dibandingkan dengan t hitung adalah (0,025; 56) yaitu 2,00324. Terlihat bahwa nilai t hitung $<$ t tabel ($0,713 < 2,003$) dan nilai signifikansi $>$ nilai α ($0,479 > 0,05$), sehingga dapat dinyatakan bahwa H2C ditolak pada layanan pemesanan tiket kereta api *online* pada aplikasi KAI Access, tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan *usability* terhadap *user satisfaction* pada pemesanan tiket kereta api di aplikasi KAI Access.

c. Pengujian Hipotesis Parsial *Service Interaction* terhadap *User Satisfaction* pada Pemesanan Tiket Kereta Api di Aplikasi KAI Access (H3C)

Berdasarkan hasil uji t pada Tabel 4.48, terlihat bahwa nilai t hitung adalah 3,501. Nilai t hitung tersebut akan dibandingkan dengan t tabel, dimana t tabel = ($\alpha/2$; $N-k-1$), dimana α adalah nilai signifikansi dan k adalah jumlah variabel bebas. Jadi nilai t tabel yang akan dibandingkan dengan t hitung adalah (0,025; 56) yaitu 2,00324. Terlihat bahwa nilai t hitung $>$ t tabel ($3,501 > 2,003$) dan nilai signifikansi $<$ nilai α ($0,001 < 0,05$), sehingga dapat dinyatakan bahwa H3C diterima pada layanan pemesanan tiket kereta api *online* pada aplikasi KAI Access, atau terdapat pengaruh positif dan signifikan *usability* terhadap *user satisfaction* pada pemesanan tiket kereta api di aplikasi KAI Access.

4.3.1.6 Uji F (ANOVA)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Penelitian ini melakukan uji F terhadap tiga aplikasi layanan pemesanan tiket kereta api *online* yaitu Traveloka, PegiPegi, dan KAI Access. Setiap aplikasi memiliki variabel bebas, yaitu *Usability*, *Service Interaction*, dan *Information quality* serta *User Satisfaction* sebagai variabel terikatnya. Nilai α yang digunakan dalam penelitian ini adalah 0,05 atau 95%. Syarat dari uji F adalah sebagai berikut:

1. Nilai F hitung $>$ nilai F tabel atau nilai Sig $<$ α , maka variabel dinyatakan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel terikatnya.

2. Nilai F hitung < nilai F tabel atau nilai Sig > α , maka variabel dinyatakan secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikatnya.

Nilai F tabel yang akan digunakan untuk perbandingan adalah dengan mengetahui jumlah variabel bebas (degree of freedom 1) dan jumlah responden-total variabel bebas dan terikat (degree of freedom). Total variabel bebas dalam penelitian ini adalah tiga (*Usability*, *Service Interaction*, dan *Information quality*) untuk masing-masing aplikasi yang diukur, dan total keseluruhan variabel yang digunakan adalah empat (*Usability*, *Service Interaction*, *Information quality*, dan *User Satisfaction*). Maka sesuai dengan degree of freedom 1=3 dan degree of freedom 2=56, nilai F tabel yang digunakan dalam penelitian adalah 2,77.

Tabel 4.49 Hasil Uji F untuk Pemesanan Tiket Kereta Api di Aplikasi Traveloka

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	31.252	3	10.417	26.340	.000 ^a
	Residual	22.148	56	.395		
	Total	53.400	59			

a. Predictors: (Constant), ServiceInteraction1, InformationQuality1, *Usability*1

b. Dependent Variable: UserSatisfaction1

Berdasarkan hasil uji F pada Tabel 4.49 nilai F hitung ketiga variabel dalam layanan pemesanan tiket kereta api *online* di aplikasi Traveloka adalah lebih besar dibandingkan F tabel ($26,340 > 2,77$) dan nilai signifikansinya < nilai α ($0,000 < 0,05$). Sehingga dapat dikatakan variabel *Usability*, *Service Interaction*, dan *Information quality* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *user satisfaction* pada pemesanan tiket kereta api *online* di aplikasi Traveloka.

Tabel 4.50 Hasil Uji F untuk Pemesanan Tiket Kereta Api di Aplikasi PegiPegi

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	48.645	3	16.215	34.985	.000 ^a
	Residual	25.955	56	.463		
	Total	74.600	59			

a. Predictors: (Constant), ServiceInteraction2, Usability2, InformationQuality2

b. Dependent Variable: UserSatisfaction2

Berdasarkan hasil uji F pada Tabel 4.50, nilai F hitung ketiga variabel dalam layanan pemesanan tiket kereta api *online* di aplikasi PegiPegi adalah lebih besar dibandingkan F tabel ($34,985 > 2,77$) dan nilai signifikansinya $<$ nilai α ($0,000 < 0,05$). Sehingga dapat dikatakan variabel *Usability*, *Service Interaction*, dan *Information quality* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *user satisfaction* pada pemesanan tiket kereta api *online* di aplikasi PegiPegi.

Tabel 4.51 Hasil Uji F untuk Pemesanan Tiket Kereta Api di Aplikasi KAI Access

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	45.676	3	15.225	38.654	.000 ^a
	Residual	22.058	56	.394		
	Total	67.733	59			

a. Predictors: (Constant), ServiceInteraction3, Usability3, InformationQuality3

b. Dependent Variable: UserSatisfaction3

Berdasarkan hasil uji F pada Tabel 4.51 nilai F hitung ketiga variabel dalam layanan pemesanan tiket kereta api *online* di aplikasi KAI Access adalah lebih besar dibandingkan F tabel ($32,058 > 2,77$) dan nilai signifikansinya $<$ nilai α ($0,000 < 0,05$). Sehingga dapat dikatakan variabel *Usability*, *Service Interaction*, dan *Information*

quality secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *user satisfaction* pada pemesanan tiket kereta api *online* di aplikasi KAI Access.

2.12.14 Perhitungan Kuesioner

Tabel 4.52 dan Tabel 4.53 merupakan hasil perhitungan bobot pada kuesioner dari setiap item pernyataan dari kepentingan (*importance*) dan kinerja (*performance*) dari aplikasi KAI Access berdasarkan instrumen *WebQual* 4.0 sehingga didapatkan nilai rata-rata setiap itemnya. Rata-rata total dari pengukuran kepentingan adalah sebesar dan rata-rata total dari pengukuran kinerja aplikasi KAI Access adalah sebesar. Hasil perhitungan rata-rata ini akan digunakan untuk analisis kuadran *Importance-Performance Analysis*.

Berdasarkan hasil perhitungan kuesioner untuk item pernyataan nilai kepentingan (*importance*) pada Tabel 4.52, didapatkan nilai rata-rata sebesar 3,58. Maka pemesanan tiket kereta api pada aplikasi yang diukur dikatakan sesuai apabila memiliki nilai rata-rata sama dengan atau lebih besar dari 3,58.

Tabel 4.52 Hasil Perhitungan Kuesioner Tiap Item Pernyataan *Importance*

item	importance								total	rata-rata
	bobot				skor					
	1	2	3	4	1	3	4			
UI1	0	0	18	42	0	0	54	168	222	3,70
UI2	0	0	19	41	0	0	57	164	221	3,68
UI3	0	1	19	40	0	2	57	160	219	3,65
UI4	0	4	28	28	0	8	84	112	204	3,40
UI5	0	1	30	29	0	2	90	116	208	3,47
UI6	0	2	21	37	0	4	63	148	215	3,58
IQI1	0	0	21	39	0	0	63	156	219	3,65
IQI2	0	0	14	46	0	0	42	184	226	3,77
IQI3	0	0	19	41	0	0	57	164	221	3,68
IQI4	0	0	20	40	0	0	60	160	220	3,67
IQI5	0	0	22	38	0	0	66	152	218	3,63
IQI6	0	3	16	41	0	6	48	164	218	3,63
SQI1	0	1	27	32	0	2	81	128	211	3,52
SQI2	0	0	18	42	0	0	54	168	222	3,70
SQI3	0	0	18	42	0	0	54	168	222	3,70
SQI4	1	18	20	21	1	36	60	84	181	3,02
SQI5	0	4	26	30	0	8	78	120	206	3,43
rata-rata total										3,58

Berdasarkan hasil perhitungan kuesioner untuk item pernyataan kinerja pemesanan tiket kereta api pada KAI Access pada Tabel 4.53, didapatkan nilai rata-rata sebesar 3,56.

Tabel 4.53 Hasil Perhitungan Kuesioner Tiap Item Pernyataan Kinerja Pemesanan Tiket Kereta Api pada Aplikasi KAI Access

item	performance								total	rata-rata
	bobot				skor					
	1	2	3	4	1	2	3	4		
USK1	0	2	21	37	0	4	63	148	215	3,58
USK2	0	1	19	40	0	2	57	160	219	3,65
USK3	0	3	21	36	0	6	63	144	213	3,55
USK4	0	4	25	31	0	8	75	124	207	3,45
USK5	0	0	22	38	0	0	66	152	218	3,63
USK6	0	3	20	37	0	6	60	148	214	3,57
IQK1	0	0	25	35	0	0	75	140	215	3,58
IQK2	0	0	20	40	0	0	60	160	220	3,67
IQK3	0	0	22	38	0	0	66	152	218	3,63
IQK4	0	0	21	39	0	0	63	156	219	3,65
IQK5	0	0	19	41	0	0	57	164	221	3,68
IQK6	0	0	22	38	0	0	66	152	218	3,63
SIK1	0	4	21	35	0	8	63	140	211	3,52
SIK2	0	1	21	38	0	2	63	152	217	3,62
SIK3	0	1	20	39	0	2	60	156	218	3,63
SIK4	3	15	26	16	3	30	78	64	175	2,92
SIK5	0	2	18	40	0	4	54	160	218	3,63
rata-rata total										3,56

2.12.15 Tingkat Kesesuaian

Pada Tabel 4.58 dipapakan hasil perhitungan dari tingkat kesesuaian antara nilai kepentingan dari layanan pemesanan tiket kereta api secara *online* dalam sebuah aplikasi dengan nilai kinerja layanan pemesanan tiket kereta api aplikasi KAI Access dengan menggunakan instrumen penelitian metode *WebQual* 4.0. Dari perhitungan tingkat kesesuaian dengan persamaan 2.6.1, didapatkan rata-rata tingkat kesesuaian 17 item yang ditanyakan sebesar 100,78%. Hal ini memberikan kesimpulan bahwa kinerja dari aplikasi KAI Access dalam pemesanan tiket kereta api secara *online* telah melebihi nilai kepentingan berdasarkan perspektif pengguna.

Tabel 4.54 Tingkat Kesesuaian Antara Nilai Kepentingan dan Nilai Kinerja Aplikasi KAI
Access dengan Instrumen *WebQual* 4.0

No.	Item Pernyataan	Pernyataan	Total Skor Kinerja	Total Skor Kepentingan	Tingkat Kesesuaian (%)
1	USK1	Kemudahan untuk mempelajari pengoperasian aplikasi dalam segi pemesanan tiket kereta api	215	222	96,85
2	USK2	Interaksi saya dengan aplikasi jelas dan mudah	219	221	99,10
3	USK3	Saya merasa aplikasi mudah dalam navigasinya	213	219	97,26
4	USK4	Aplikasi memiliki tampilan yang menarik dalam layanan pemesanan tiket kereta api	207	204	101,47
5	USK5	Desain aplikasi dalam pemesanan tiket kereta api sudah sesuai dengan jenis aplikasinya (booking tiket online)	218	208	104,81
6	USK6	Aplikasi memberikan pengalaman positif bagi saya dalam pemesanan tiket kereta api	214	215	99,53
7	IQK1	Aplikasi memberikan informasi yang akurat mengenai	215	219	98,17

No.	Item Pernyataan	Pernyataan	Total Skor Kinerja	Total Skor Kepentingan	Tingkat Kesesuaian (%)
		pemesanan tiket kereta api			
8	IQK2	Aplikasi menyediakan informasi mengenai pemesanan tiket kereta api yang dapat dipercaya	220	226	97,35
9	IQK3	Aplikasi menyediakan informasi mengenai pemesanan tiket kereta api secara tepat waktu	218	221	98,64
10	IQK4	Aplikasi menyediakan informasi yang relevan seputar pemesanan tiket kereta api	219	220	99,55
11	IQK5	Aplikasi menyediakan informasi yang mudah dipahami mengenai pemesanan tiket kereta api	221	218	101,38
12	IQK6	Aplikasi menyediakan informasi yang rinci mengenai pemesanan tiket kereta api	218	218	100,00
13	SIK1	Aplikasi memiliki reputasi yang baik dalam layanan	211	211	100,00

No.	Item Pernyataan	Pernyataan	Total Skor Kinerja	Total Skor Kepentingan	Tingkat Kesesuaian (%)
		pemesanan tiket kereta api			
14	SIK2	Saya merasa aman untuk melakukan transaksi pemesanan tiket kereta api melalui aplikasi	217	222	97,75
15	SIK3	Aplikasi menjamin keamanan informasi personal saya	218	222	98,20
16	SIK4	Aplikasi memberikan kemudahan untuk berkomunikasi dengan admin mengenai pemesanan tiket kereta api (contoh: live chat admin)	175	177	98,87
17	SIK5	Aplikasi membuat saya yakin dengan layanan yang dijanjikan (yang berkaitan dengan pemesanan tiket kereta api)	218	206	105,83
Rata-rata					99,69

2.12.16 Analisis Kesenjangan (*Gap*)

Pada Tabel 4.59 dipaparkan hasil perhitungan nilai kesenjangan (*gap*) antara nilai kepentingan dari layanan pemesanan tiket kereta api secara *online* dalam sebuah aplikasi dengan nilai kinerja layanan pemesanan tiket kereta api aplikasi KAI Access dengan menggunakan instrumen penelitian metode *WebQual*

4.0. Dari perhitungan tingkat kesesuaian dengan persamaan 2.6.2, didapatkan rata-rata *Gap* 17 item yang ditanyakan sebesar -0,025. Hal ini memberikan kesimpulan bahwa kualitas kinerja dari aplikasi KAI Access dalam pemesanan tiket kereta api secara *online* dengan dimensi *usability*, *Service Interaction*, dan *information quality* masih kurang dan belum bisa memenuhi nilai kepentingan berdasarkan perspektif pengguna.

Tabel 4.55 Nilai Gap Antara Nilai Kepentingan dan Nilai Kinerja Aplikasi KAI Access dengan Instrumen *WebQual* 4.0

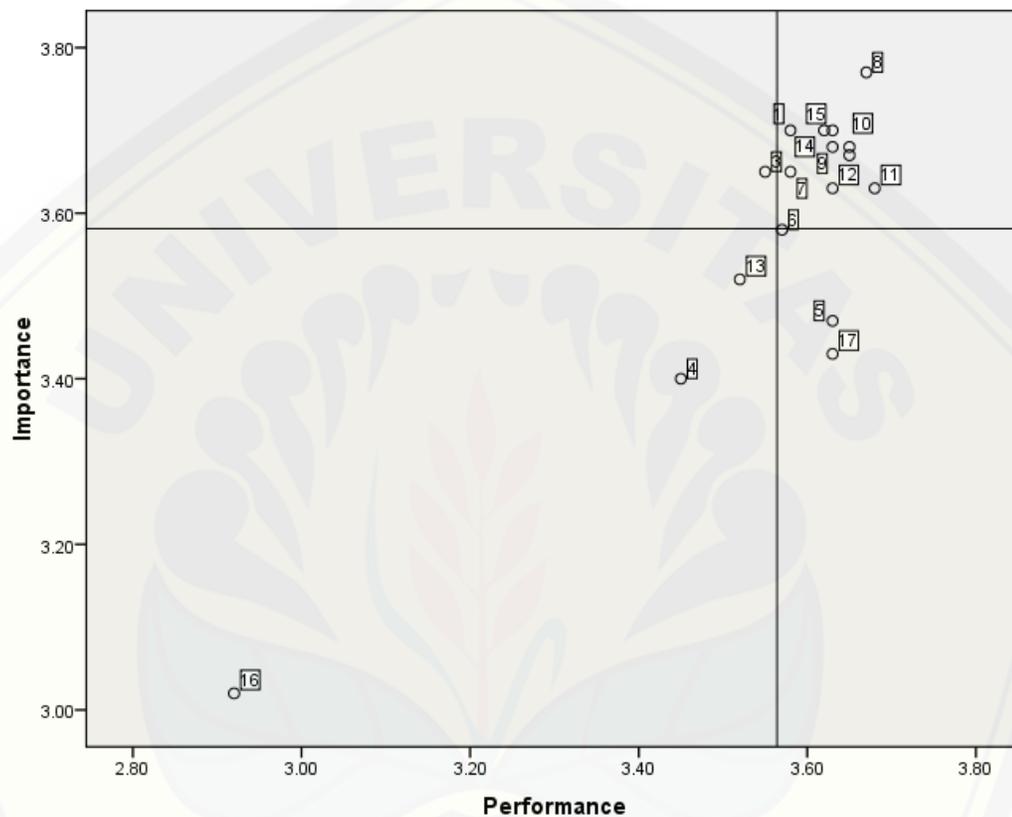
No.	Item Pernyataan	Pernyataan	Nilai Rata-rata Kinerja	Nilai Rata-rata Kepentingan	Gap	Keterangan
1	USK1	Kemudahan untuk mempelajari pengoperasian aplikasi dalam segi pemesanan tiket kereta api	3,58	3,70	-0,12	Kurang
2	USK2	Interaksi saya dengan aplikasi jelas dan mudah	3,65	3,68	-0,03	Kurang
3	USK3	Saya merasa aplikasi mudah dalam navigasinya	3,55	3,65	-0,10	Kurang
4	USK4	Aplikasi memiliki tampilan yang menarik dalam layanan pemesanan tiket kereta api	3,45	3,40	0,05	Baik
5	USK5	Desain aplikasi dalam pemesanan tiket kereta api sudah sesuai dengan jenis aplikasinya (booking tiket online)	3,63	3,47	0,17	Baik
6	USK6	Aplikasi memberikan pengalaman positif	3,57	3,58	-0,02	Kurang

No.	Item Pernyataan	Pernyataan	Nilai Rata-rata Kinerja	Nilai Rata-rata Kepentingan	Gap	Keterangan
		bagi saya dalam pemesanan tiket kereta api				
7	IQK1	Aplikasi memberikan informasi yang akurat mengenai pemesanan tiket kereta api	3,58	3,65	-0,07	Kurang
8	IQK2	Aplikasi menyediakan informasi mengenai pemesanan tiket kereta api yang dapat dipercaya	3,67	3,77	-0,10	Kurang
9	IQK3	Aplikasi menyediakan informasi mengenai pemesanan tiket kereta api secara tepat waktu	3,63	3,68	-0,05	Kurang
10	IQK4	Aplikasi menyediakan informasi yang relevan seputar pemesanan tiket kereta api	3,65	3,67	-0,02	Baik
11	IQK5	Aplikasi menyediakan informasi yang mudah dipahami mengenai pemesanan tiket kereta api	3,68	3,63	0,05	Baik
12	IQK6	Aplikasi menyediakan informasi yang rinci mengenai pemesanan tiket kereta api	3,63	3,63	0,00	Baik
13	SIK1	Aplikasi memiliki reputasi yang baik	3,52	3,52	0,00	Baik

No.	Item Pernyataan	Pernyataan	Nilai Rata-rata Kinerja	Nilai Rata-rata Kepentingan	Gap	Keterangan
		dalam layanan pemesanan tiket kereta api				
14	SIK2	Saya merasa aman untuk melakukan transaksi pemesanan tiket kereta api melalui aplikasi	3,62	3,70	-0,08	Kurang
15	SIK3	Aplikasi menjamin keamanan informasi personal saya	3,63	3,70	-0,07	Kurang
16	SIK4	Aplikasi memberikan kemudahan untuk berkomunikasi dengan admin mengenai pemesanan tiket kereta api (contoh: live chat admin)	2,92	3,02	-0,10	Kurang
17	SIK5	Aplikasi membuat saya yakin dengan layanan yang dijanjikan (yang berkaitan dengan pemesanan tiket kereta api)	3,63	3,43	0,20	Baik
Rata-rata Kesenjangan (Gap)			-0,013			

2.12.17 Kuadran Importance-Performance Analysis (IPA)

Pada analisis kuadran *Importance-Performance* (IPA) untuk aplikasi KAI Access yang telah dipaparkan melalui Gambar 4.3, dapat dijelaskan sebagai berikut:



Gambar 4.3 Kuadran IPA Pemesanan Tiket Kereta Api pada Aplikasi KAI Access

1. Kuadran I

Item-item *WebQual* pada kuadran ini memiliki tingkat kepentingan yang tinggi, namun tingkat kinerja yang dimiliki rendah. Item-item yang berada pada kuadran ini adalah 3 (USK3) dan 6 (USK6).

- Item nomor 3 (USK3) merupakan penilaian terhadap kemudahan navigasi aplikasi. Responden merasa navigasi untuk pemesanan tiket kereta api dalam suatu aplikasi bersifat penting dan responden merasa navigasi pada aplikasi KAI Access masih kurang mudah.

2. Kuadran II

Item-item *WebQual* pada kuadran ini memiliki tingkat kepentingan yang tinggi dan kinerja yang dimiliki juga tinggi. Pengembang aplikasi perlu mempertahankan kinerja dari item-item yang ada di kuadran ini karena tingkat kepentingannya tinggi. Item-item yang berada pada kuadran ini adalah 1 (USK1), 2 (USK2), 6 (USK6), 7(IQK1), 8 (IQK2), 9 (IQK3), 10 (IQK4), 11 (IQK5), 12(IQK6), 14(SIK2) dan 15 (SIK3).

- Item nomor 1 (USK1) merupakan penilaian terhadap kemudahan pengoperasian aplikasi dalam pemesanan tiket kereta api secara *online*. Responden merasa kemudahan pengoperasian aplikasi dalam pemesanan tiket kereta api secara *online* bersifat penting dan responden merasa mudah mengoperasikan aplikasi KAI Access.
- Item nomor 2 (USK2) merupakan penilaian terhadap interaksi yang jelas dan mudah dipahami dari aplikasi dalam pemesanan tiket kereta api secara *online* dengan pengguna. Responden merasa interaksi yang jelas dan mudah dipahami dari aplikasi dalam pemesanan tiket kereta api secara *online* bersifat penting dan responden merasa interaksi aplikasi KAI Access jelas dan mudah dipahami.
- Item nomor 6 (USK6) merupakan penilaian terhadap pengalaman positif pengguna dalam melakukan transaksi pemesanan tiket kereta api dalam suatu aplikasi. Responden merasa aplikasi perlu memberikan pengalaman yang positif untuk pengguna dan responden merasa KAI Access memiliki kinerja yang baik dalam membuat responden memiliki pengalaman yang positif dalam melakukan transaksi pemesanan .
- Item nomor 7 (IQK1) merupakan penilaian terhadap keakuratan informasi pemesanan tiket kereta api dalam aplikasi KAI Access. Responden merasa keakuratan informasi pemesanan tiket kereta api dalam aplikasi layanan pemesanan tiket kereta api secara *online* penting dan kinerja yang dimiliki oleh aplikasi KAI Access dalam item tersebut baik.

- Item nomor 8 (IQK2) merupakan penilaian terhadap informasi pemesanan tiket kereta api yang dapat dipercaya dalam suatu aplikasi. Responden merasa aplikasi perlu memberikan informasi pemesanan tiket yang dapat dipercaya dan responden merasa KAI Access memberikan informasi yang dapat dipercaya mengenai pemesanan tiket kereta api.
- Item nomor 9 (IQK3) merupakan penilaian terhadap ketepatan waktu informasi pemesanan tiket kereta api yang diberikan dalam suatu aplikasi. Responden merasa aplikasi perlu memberikan informasi pemesanan tiket yang tepat waktu dan responden merasa KAI Access memberikan informasi yang tepat waktu dalam pemesanan tiket kereta api.
- Item nomor 10 (IQK4) merupakan penilaian terhadap tingkat relevansi informasi pemesanan tiket kereta api yang diberikan dalam suatu aplikasi. Responden merasa aplikasi perlu memberikan informasi pemesanan tiket yang relevan dan responden merasa KAI Access memberikan informasi yang relevan mengenai pemesanan tiket kereta api.
- Item nomor 11 (IQK5) merupakan penilaian terhadap informasi yang mudah dipahami dalam aplikasi dalam melakukan transaksi pemesanan tiket kereta api secara *online*. Responden merasa aplikasi perlu memberikan informasi yang mudah dipahami dalam pemesanan tiket kereta api secara *online*. dan responden yang menggunakan aplikasi KAI Access merasa mudah dalam memahami informasi yang diberikan.
- Item nomor 12 (IQK6) merupakan penilaian terhadap kerincian informasi yang diberikan aplikasi penyedia layanan pemesanan tiket kereta api secara *online*. Responden merasa aplikasi perlu memberikan informasi yang rinci seputar pemesanan tiket kereta api dan responden merasa KAI Access memberikan informasi yang rinci.
- Item nomor 14 (SIK2) merupakan penilaian terhadap rasa aman pengguna dalam melakukan pemesanan tiket kereta api melalui aplikasi penyedia layanan

pemesanan tiket kereta api secara *online*. Responden merasa aplikasi penyedia layanan pemesanan tiket kereta api secara *online* perlu memberikan rasa aman kepada pengguna dalam melakukan transaksi dan responden merasa kinerja KAI Access baik dalam hal tersebut.

- Item nomor 15 (SIK3) merupakan penilaian terhadap keamanan informasi personal pengguna dalam aplikasi penyedia layanan pemesanan tiket kereta api *online*. Responden merasa keamanan informasi pengguna bersifat penting dan kinerja aplikasi KAI Access dalam item tersebut berada di tingkat yang baik.

3. Kuadran III

Item-item *WebQual* pada kuadran ini memiliki tingkat kepentingan yang rendah dan kinerja yang dimiliki juga rendah. Item-item yang berada pada kuadran ini adalah 13 (SIK1), 4 (USK4), dan 16 (SIK4).

- Item nomor 4 (USK4) merupakan penilaian terhadap tampilan suatu aplikasi, khususnya pada layanan pemesanan tiket kereta api secara *online*. Responden merasa tampilan menarik tidak penting dalam sebuah layanan pemesanan tiket kereta api dalam aplikasi, dan tampilan yang dimiliki aplikasi KAI Access berada di tingkat yang rendah.
- Item nomor 16 (SIK4) merupakan penilaian terhadap kemudahan pengguna berkomunikasi dengan admin dalam aplikasi yang menyediakan layanan pemesanan tiket kereta api secara *online*. Responden merasa kemudahan tersebut bersifat tidak penting, dan kinerja aplikasi KAI Access dalam item tersebut berada di tingkat yang rendah.
- Item nomor 13 (SIK1) merupakan penilaian reputasi dari aplikasi penyedia layanan pemesanan tiket kereta api secara *online*. Responden merasa kemudahan tersebut bersifat tidak penting, dan kinerja aplikasi KAI Access dalam item tersebut berada di tingkat yang rendah.

4. Kuadran IV

Item-item *WebQual* pada kuadran ini memiliki tingkat kepentingan yang rendah, namun kinerja yang dimiliki tinggi. Item-item yang berada pada kuadran ini adalah 5 (USK5), 15 (IQK4) dan 17 (SIK5).

- Item nomor 5 (USK5) merupakan penilaian terhadap kesesuaian tampilan yang dimiliki suatu aplikasi dengan jenis aplikasinya, khususnya pada bagian pemesanan tiket kereta api. Responden merasa kesesuaian tampilan tersebut bersifat tidak penting, namun kinerja aplikasi KAI Access dalam item tersebut berada di tingkat yang tinggi.
- Item nomor 17 (SIK5) merupakan penilaian terhadap memberikan rasa yakin dalam layanan seputar pemesanan tiket kereta api yang dijanjikan dalam suatu aplikasi. Responden merasa hal tersebut tersebut bersifat tidak penting, dan kinerja aplikasi KAI Access dalam item tersebut berada di tingkat yang tinggi.

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran dari peneliti tentang penelitian yang telah dilakukan. Kesimpulan dan saran yang diberikan dapat digunakan sebagai acua penelitian selanjutnya.

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis keseluruhan dengan penilaian kepentingan dan kinerja berdasarkan perspektif pengguna, maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Uji regresi linear berganda untuk pemesanan tiket kereta api di aplikasi KAI Access menghasilkan dimensi *usability* dan *service interaction* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Menurut responden, apabila aplikasi KAI Access mengalami peningkatan dalam sisi usability dan interaksi layanan, akan menambah kepuasan mereka terhadap pemesanan tiket kereta api di aplikasi KAI Access. Hal ini berkesinambungan dengan hasil analisis IPA, dimana apabila terdapat peningkatan dalam kemudahan navigasi (yang termasuk dalam dimensi *usability*), maka pengguna akan semakin merasa puas. Hasil untuk uji regresi linear berganda pada pemesanan tiket kereta api di aplikasi Traveloka menyatakan bahwa dimensi *usability* dan *service interaction* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan pada aplikasi PegiPegi menyatakan bahwa dimensi *service interaction* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna.
2. Berdasarkan survei yang telah dilakukan, aplikasi Traveloka berada pada urutan teratas sebagai aplikasi yang banyak digunakan responden untuk melakukan transaksi pemesanan tiket kereta api, kemudian disusul oleh KAI Access dan yang terakhir PegiPegi. Namun pada hasil penelitian membuktikan bahwa kualitas aplikasi KAI Access dalam pemesanan tiket kereta api lebih baik dari Traveloka. Nilai WQI dari aplikasi KAI Access adalah yang paling tinggi (0,89),

sedangkan Traveloka sebesar 0,87 dan PegiPegi sebesar 0,81. Berdasarkan nilai WQI, layanan E-CRM yang diterapkan oleh PT. KAI di aplikasi KAI Access, Traveloka, dan PegiPegi memiliki kualitas yang baik. Dari beberapa responden yang menggunakan aplikasi KAI Access mengatakan bahwa mereka menggunakan aplikasi tersebut dikarenakan aplikasi tersebut merupakan aplikasi resmi dari PT. KAI, sehingga rasa kepercayaan mereka dalam melakukan transaksi pemesanan tiket kereta api melalui aplikasi tersebut lebih tinggi. Beberapa responden yang lebih sering menggunakan aplikasi Traveloka mengatakan bahwa Traveloka lebih sering digunakan karena lebih memiliki banyak pilihan untuk melakukan pemesanan (tidak hanya kereta api).

Nilai *gap* terkecil untuk masing-masing dimensi (*usability*, *information quality*, dan *service interaction*) dimiliki oleh aplikasi KAI Access. Pada dimensi *usability*, KAI Access memiliki nilai *gap* sebesar -0,05, sedangkan Traveloka sebesar -0,4 dan PegiPegi sebesar -2,11. Pada dimensi *information quality*, KAI Access memiliki nilai *gap* sebesar -0,19, Traveloka sebesar -0,69 dan PegiPegi sebesar -46,95. Pada dimensi *service interaction*, KAI Access memiliki nilai *gap* sebesar -0,05, Traveloka sebesar -0,34 dan PegiPegi sebesar -1,58. Walau begitu, layanan E-CRM PT. KAI pada KAI Access juga masih perlu peningkatan dalam beberapa indikator dikarenakan nilai *gap* dari indikator tersebut lebih besar dibandingkan dengan pemesanan tiket kereta api di aplikasi yang lainnya. Hal ini dapat dilakukan agar KAI Access lebih dipilih dibandingkan memesan tiket kereta api melalui aplikasi lain. Pada indikator reputasi baik aplikasi (13) dan kemudahan navigasi (3), KAI Access mampu melihat kinerja dari item-item tersebut pada pemesanan tiket kereta api di aplikasi Traveloka. Saran ini diberikan karena dilihat dari nilai *gap* tiap item, kinerja item-item tersebut dalam pemesanan tiket kereta api di aplikasi Traveloka lebih baik dibandingkan dengan kinerja yang dimiliki aplikasi KAI Access.

3. Saran yang dapat diberikan dari hasil penelitian untuk pengembang aplikasi KAI Access adalah meningkatkan kemudahan navigasi aplikasi. Responden dengan rata-rata usia diantara 18 sampai dengan 25 tahun memiliki tanggapan bahwa kemudahan navigasi dalam sebuah aplikasi pemesanan tiket kereta api merupakan item yang sangat penting. Seperti apa yang dirasa oleh sejumlah 60 pengguna bahwa kinerja yang dimiliki oleh aplikasi KAI Access dalam kemudahan navigasi aplikasi masih kurang sehingga perlu ditingkatkan lagi. Apabila dibandingkan dengan pemesanan tiket kereta api melalui aplikasi Traveloka, responden merasa tingkat kemudahan navigasi Traveloka lebih tinggi daripada KAI Access. Hal ini dapat ditinjau dari nilai *gap* aplikasi Traveloka dalam item tersebut sebesar -0,05, sedangkan KAI Access sebesar -0,10. Dalam kesesuaiannya yang bernilai 99,69%, pemesanan tiket kereta api pada aplikasi KAI Access sudah mendekati tingkat sesuai namun perlu peningkatan.

6.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian, adapun saran atau masukan untuk penelitian selanjutnya adalah menggunakan dimensi dari metode lain sehingga dapat diketahui faktor lain apa saja yang mempengaruhi animo masyarakat lebih memilih aplikasi lain dibandingkan aplikasi resmi dari PT. KAI dalam pemesanan tiket kereta api.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahuja, V., & Medury, Y. (2010). Corporate Blogs as E-CRM Tools-Building Consumer Engagement Through Content Management. *Database Marketing & Customer Strategy Management*, 91-105.
- Alma, B. (2010). *Pengantar Bisnis*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Aryadita, H., Widyastuti, D. A., & Wardani, N. H. (2017). Analisis Kualitas Layanan Website E-Commerce terhadap Kepuasan Pengguna Menggunakan Metode WEBQUAL 4.0. *Jurnal Sistem Informasi*, 10, 29-35.
- Azwar, S. (1987). *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Liberty.
- Bailey, J. E., & Pearson, S. W. (1983). Development of A Tool for Measuring and Analyzing Computer User Satisfaction. *Management Science*, 29, 530-545.
- Barnes, S. J., & Vidgen, R. T. (2002). An Integrative approach to the Assessment of E-Commerce Quality. *Journal of Electronic Commerce Research*, 3, 114-127.
- Barnes, S., & Vidgen, R. (2000). WebQual: an exploration of Web site quality. *In Proceedings of the Eighth European Conference on Information Systems, Vienna, July, 3, 5*.
- Berry, L., L., P. A., & Zeithaml, V. (1988a). Servqual. *Journal of Retailing*, 12-40.
- Dawn, D. S., & Chowdhury, M. R. (2011). Elctronic Custoer Realtionship Management (E-CRM): Conceptual Framework and Developing Model. *Internationall Journal of Business & Information Technology*, 1, 75-84.
- Delone, W. H., & McLean, E. R. (1992). Information System Success: The Quest for the Dependent Variable. *Information System Research*, 60-95.
- Deriani, N. W. (2016). Analisa Perancangan Model Customer Relationship Management pada STMIK STIKOM Bali. *CSRID Journal*, 8, 73-85.
- Dix, A., Janet Finlay, G. D., & Beale, R. (2004). *Human-Computer Interaction*. England: Pearson Education Limited.
- Doll, W. J., & Torkzadeh, G. (1988, June). The Measurement of End-User Computing Satisfaction. *MIS Quarterly*, 12, 259-274.

- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21* (7 ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indonesia, P. K. (n.d.). *Sejarah PT. Kereta Api Indonesia*. Retrieved October 29, 2018, from PT. Kereta Api Indonesia: <https://recruitment.kai.id/>
- Iskandar, L. (2010). Analisa Kepuasan Mahasiswa terhadap Website Universitas Atmajaya.
- Jr, J. F., Black, W. C., Babin, B., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis* (Seventh Edition ed.). Pearson.
- Juhanda, H., & Sari, P. K. (2014). ANALISIS KUALITAS WEBSITE JALUR NUGRAHA EKAKURIR (JNE) MENGGUNAKAN PENDEKATAN WEBQUAL DAN IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA) MENURUT PERSEPSI ONLINE SELLER .
- Kerlinger, F. N. (2006). *Asas-Asas Penelitian Behavioral*. Yogyakarta: UGM Press.
- Kountur, R. (2007). *Metode Penelitian untuk Penulisan Skripsi dan Tesis Edisi Revisi*. Jakarta: PPM.
- Loiacono, E., Chen, D., & Goodhue, D. (2002). WebQual Revisited: Predicting The Intent to Reuse a Website. *Eighth Americas Conference on Information Systems*.
- Marketeers. (n.d.). *Marketeers*. Retrieved October 30, 2018, from <http://marketeers.com/44586-2/>
- Martilla, J. A., & James, J. C. (1977). Importance-Performance Analysis: An easily technique for measuring attribute importance and performance can further the development of effective marketing programs. *Journal of Marketing*, 77-79.
- Murwaningsari, E. (2008). Pengujian Simultan: Beberapa Faktor yang Mempengaruhi Earning Response Coefficient (ERC)*. *Simposium Nasional Akuntansi (SNA) ke XI*.
- Muthmainnah, S., Slamet, L., & Sriwahyuni, T. (2016). ANALISIS KUALITAS LAYANAN PORTAL kemahasiswaan.ft.unp.ac.id MENGGUNAKAN METODE WEBQUAL 4.0(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Teknik Universitas Negeri Padang Sebagai Pengguna Portal Kredit Ekstrakurikuler). *Jurnal Vokasional Teknik Elektronika & Informatika*, 70-74.

- Napitupulu, D. B. (2016). Evaluasi Kualitas Website Universitas XYZ dengan Pendekatan Webqual. *Buletin Pos dan Komunikasi*, 14, 51-64. doi:10.179333/bpostel.2016.14010 5
- Nasution, L., Aknurnanda, I., & Rachmadit, A. (2018). Evaluasi Situs Web Pemerintah Menggunakan Metode Webqual dan Importance-Performance Analysis (IPA) (Studi Kasus: Situs Kecamatan Kowokwaru-Malang). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 4377-4384.
- Newbold, P. (1995). *Statistic for Business and Economics 4th Edition*. New Jersey: Englewood Clifts.
- Nugroho, A. K., & Sari, P. K. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Website Tokopedia terhadap Kepuasan Pengguna Menggunakan Metode WEBQUAL 4.0. *e-Proceeding of Management*, 3, 2930-2937.
- Pike, S. D., & Murdy, S. (2012). Perceptions of visitor relationship marketing opportunities by destination marketers : an importance-performance analysis. *2nd Advances in Tourism Marketing & Management Conference*. Corfu, Greece.
- Priyatno, D. (2010). *Paham Analisa Statistik Data Dengan SPSS* (Cetakan Pertama ed.). Yogyakarta: Media Kom.
- Santoso, B. S. (2015). Analisis Kualitas Website Menggunakan Metode Webqual dan Importance-Performance Analysis (IPA) pada Situs Kaskus. *Conference Paper*.
- Santoso, B. S., & Anwar, M. F. (2016). Analisis Kualitas Website Menggunakan Metode Webqual dan Importance-Performance Analysis (IPA) pada Situs Kaskus.
- Sholihah, N. M. (2011). *Analisis Kualitas Pelayanan Kereta Api Berdasarkan Model Importance-Performance Analysis IPA (Studi Kasus di Stasiun KA DAOP II Bandung)*.
- Sugiyono. (2008). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

- Syaifullah, S., & Oksa, D. (2016). Pengukuran Kualitas Website Menggunakan Metode Webqual 4.0 (Studi Kasus: CV. Zamrud Multimedia Network). *Jurnal Rekayasa dan Manajemen Sistem Informasi*, 2, 19-25.
- Tarigan, J. (2008, May). User Satisfaction Using Webqual Instrument: A Research on Stock Exchange of Thailand (SET). *JURNAL AKUNTANSI DAN KEUANGAN*, 10, 34-47.
- Wahono, R. S. (2006). Teknik Pengukuran Kualitas Perangkat Lunak. *Software Engineering*.
- Zikmund, & William, G. (2003). *Customer Relationship Management: Integrating Marketing Strategy and Information Technology*. United States: John Willey & Sons Inc.

LAMPIRAN

1. Kuesioner Pemilihan Aplikasi Pemesanan Tiket Kereta Api Online

Pemilihan Pemesanan Tiket Kereta Api Melalui Aplikasi (Mobile)

Salam sejahtera, selamat beraktivitas.

Yth. Responden,

Perkenalkan saya Dheta Indra salah satu mahasiswa Ilmu Komputer Universitas Jember ingin melakukan polling yang ketiga kalinya, sehubungan dengan tugas akhir yang sedang saya kerjakan. Kuesioner ini ditujukan kepada saudara/i yg pernah melakukan pemesanan tiket kereta api secara online melalui aplikasi mobile Traveloka, KAI Access, ataupun PegiPegi. Saudara/i harap mengisi data dan tanggapan yang sebenar-benarnya. Data pribadi yang saudara/i kirimkan akan saya jamin keamanannya. Terimakasih atas partisipasinya.

Kind regards,

Dheta.

* Wajib

Nama *

Jawaban Anda

No. Hp / username twitter/instagram (yg aktif dan sering digunakan) *

Jawaban Anda

Dari aplikasi di bawah ini, mana yg pernah Anda pakai untuk melakukan pemesanan tiket kereta api? (bisa pilih lebih dari 1) *

Traveloka

KAI Access

PegiPegi

Apabila Anda pernah melakukan pemesanan tiket kereta api melalui Traveloka, apa alasan Anda menggunakan Traveloka? Apa kelebihanannya?

Jawaban Anda

Apabila Anda pernah melakukan pemesanan tiket kereta api melalui KAI Access, apa alasan Anda menggunakan KAI Access? Apa kelebihannya?

Jawaban Anda

Apabila Anda pernah melakukan pemesanan tiket kereta api melalui PegiPegi, apa alasan Anda menggunakan PegiPegi? Apa kelebihannya?

Jawaban Anda

KIRIM

2. Kuesioner Evaluasi Layanan Aplikasi dalam Pemesanan Tiket Kereta Api (dengan menggunakan instrumen penelitian dari WebQual 4.0)

Evaluasi Layanan Aplikasi dalam Pemesanan Tiket Kereta Api

Kepada Yth. Responden,
Selamat beraktivitas.

Perkenalkan, saya Dheta Indra mahasiswi Fakultas Ilmu Komputer Universitas Jember. Sehubungan dengan tugas akhir yang sedang saya kerjakan, saya ingin melakukan pengukuran layanan beberapa aplikasi untuk pemesanan tiket kereta api secara online. Aplikasi yg saya ukur antara lain Traveloka (v 3.5.0), KAI Access (v 1.3.0.3), dan PegiPegi (v 2.0.3). Terdapat juga beberapa pernyataan untuk saudara/i isi mengenai kepentingan yang harus diwujudkan dalam aplikasi untuk pemesanan tiket kereta api.

Maka dari itu untuk bapak/ibu/saudara/i yang benar-benar pernah melakukan pemesanan tiket kereta api secara online melalui aplikasi tersebut kiranya berkenan untuk mengisi kuesioner di bawah dengan sebenar-benarnya. Informasi dan tanggapan yang Anda isikan akan terjamin keamanannya.

Terimakasih saya ucapkan.

Kind regards,
Dheta Indra.

* Wajib

Nama Lengkap *

Jawaban Anda

Alamat e-mail *

Jawaban Anda

Usia *

- < 18 tahun
- 18 - 25 tahun
- > 25 tahun

Pekerjaan

- Pelajar/Mahasiswa
- Pegawai
- Wirausaha
- Dosen/Guru
- Yang lain: _____

Intensitas penggunaan aplikasi Traveloka untuk pemesanan tiket kereta api: *

- < 2 kali dalam enam bulan
- 2 - 4 kali dalam enam bulan
- > 4 kali dalam enam bulan

Intensitas penggunaan aplikasi PegiPegi untuk pemesanan tiket kereta api *

- < 2 kali dalam enam bulan
- 2 - 4 kali dalam enam bulan
- > 4 kali dalam enam bulan

Intensitas penggunaan aplikasi KAI Access untuk pemesanan tiket kereta api *

- < 2 kali dalam enam bulan
- 2 - 4 kali dalam enam bulan
- > 4 kali dalam enam bulan

[BERIKUTNYA](#)

Keputusan yang harus diperlukan oleh aplikasi pemesanan tiket kereta api

Pernyataan-pernyataan berikut merupakan aspek-aspek yang terdapat di dalam aplikasi pemesanan tiket kereta api secara universal. Anda perlu menjawab seberapa penting aspek tersebut untuk ada dalam sebuah aplikasi pemesanan tiket kereta api (secara universal). Rentang untuk jawaban ini adalah 1= Sangat tidak penting; 2= Tidak penting; 3=Penting; 4= Sangat penting.

Saya merasa mudah untuk mempelajari pengoperasian aplikasi dalam layanan pemesanan tiket kereta api *

	1	2	3	4	
Sangat tidak penting	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat penting

Saya merasa interaksi antara saya dengan aplikasi jelas dan mudah dipahami *

	1	2	3	4	
Sangat tidak penting	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat penting

Saya merasa mudah dalam pengoperasian navigasi *

	1	2	3	4	
Sangat tidak penting	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat penting

Saya merasa tampilan aplikasi menarik dalam layanan pemesanan tiket kereta api *

	1	2	3	4	
Sangat tidak penting	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat penting

Saya merasa desain aplikasi yang memiliki layanan pemesanan tiket kereta api sesuai dengan jenisnya *

	1	2	3	4	
Sangat tidak penting	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat penting

Saya merasa aplikasi penyedia layanan pemesanan tiket kereta api memberikan pengalaman yang positif bagi saya dalam melakukan pemesanan tiket kereta api *

	1	2	3	4	
Sangat tidak penting	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat penting

Saya merasa aplikasi menyediakan informasi yang akurat mengenai pemesanan tiket kereta api *

	1	2	3	4	
Sangat tidak penting	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat penting

Saya merasa aplikasi menyediakan informasi yang dapat dipercaya mengenai pemesanan tiket kereta api *

	1	2	3	4	
Sangat tidak penting	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat penting

Saya merasa aplikasi menyediakan informasi mengenai pemesanan tiket kereta api secara tepat waktu *

	1	2	3	4	
Sangat tidak penting	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat penting

Saya merasa aplikasi menyediakan informasi yang relevan mengenai pemesanan tiket kereta api *

	1	2	3	4	
Sangat tidak penting	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat penting

Saya merasa aplikasi menyediakan informasi yang mudah dipahami mengenai pemesanan tiket kereta api *

	1	2	3	4	
Sangat tidak penting	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat penting

Saya merasa aplikasi menyediakan informasi mengenai pemesanan tiket kereta api secara rinci *

	1	2	3	4	
Sangat tidak penting	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat penting

Saya merasa aplikasi penyedia layanan pemesanan tiket kereta api memiliki reputasi yang baik *

	1	2	3	4	
Sangat tidak penting	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat penting

Saya merasa aplikasi penyedia layanan pemesanan tiket kereta api membuat pengguna merasa aman dalam melakukan transaksi *

	1	2	3	4	
Sangat tidak penting	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat penting

Saya merasa aplikasi penyedia layanan pemesanan tiket kereta api menjaga keamanan informasi pribadi pengguna *

	1	2	3	4	
Sangat tidak penting	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat penting

Saya merasa aplikasi penyedia layanan pemesanan tiket kereta api memberikan kemudahan untuk berkomunikasi dengan admin (contoh: live chat dengan admin) *

	1	2	3	4	
Sangat tidak penting	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat penting

Saya merasa aplikasi penyedia layanan pemesanan tiket kereta api membuat pengguna yakin dengan tawaran layanan yang dijanjikan (seputar pemesanan tiket kereta api) *

	1	2	3	4	
Sangat tidak penting	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat penting

[KEMBALI](#)[BERIKUTNYA](#)

Pengukuran Layanan Pemesanan Tiket Kereta Api dalam Aplikasi Traveloka

Pada bagian ini, saudara/i diminta untuk mengisi pernyataan yang diberikan sesuai dengan yang Anda rasakan dalam menggunakan layanan pemesanan tiket kereta api melalui aplikasi Traveloka (versi 3.5.0). Jawab pernyataan dengan skala yang diberikan sebagai berikut: 1=sangat tidak setuju; 2=tidak setuju; 3=setuju; 4=sangat setuju.

Saya merasa mudah untuk mempelajari pengoperasian aplikasi Traveloka dalam segi pemesanan tiket kereta api *

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

Interaksi saya dengan Traveloka jelas dan mudah dipahami *

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

Saya merasa aplikasi Traveloka mudah dalam navigasinya *

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

Aplikasi Traveloka memiliki tampilan yang menarik dalam layanan pemesanan tiket kereta api *

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

Desain aplikasi Traveloka dalam pemesanan tiket kereta api sudah sesuai dengan jenis aplikasinya (booking tiket online) *

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

Aplikasi Traveloka memberikan pengalaman positif bagi saya dalam pemesanan tiket kereta api *

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

Aplikasi Traveloka memberikan informasi yang akurat mengenai pemesanan tiket kereta api *

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

Aplikasi Traveloka menyediakan informasi mengenai pemesanan tiket kereta api yang dapat dipercaya *

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

Aplikasi Traveloka menyediakan informasi mengenai pemesanan tiket kereta api secara tepat waktu *

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

Aplikasi Traveloka menyediakan informasi yang relevan seputar pemesanan tiket kereta api *

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

Aplikasi Traveloka menyediakan informasi yang mudah dipahami mengenai pemesanan tiket kereta api *

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

Aplikasi Traveloka menyediakan informasi yang rinci mengenai pemesanan tiket kereta api *

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

Aplikasi Traveloka memiliki reputasi yang baik dalam layanan pemesanan tiket kereta api *

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

Saya merasa aman melakukan transaksi pemesanan tiket kereta api melalui aplikasi Traveloka *

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

Aplikasi Traveloka menjamin keamanan informasi personal saya *

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

Aplikasi Traveloka memberikan kemudahan untuk berkomunikasi dengan admin mengenai pemesanan tiket kereta api (contoh: live chat admin) *

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

Aplikasi Traveloka membuat saya yakin dengan layanan yang dijanjikan (yang berkaitan dengan pemesanan tiket kereta api) *

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

Menurut saya, aplikasi Traveloka telah berhasil dan sukses dalam indikator-indikator di atas *

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

Saya puas dengan layanan pemesanan tiket kereta api di aplikasi Traveloka *

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

Pengukuran Kualitas Layanan Pemesanan Tiket Kereta Api melalui Aplikasi PegiPegi

Pada bagian ini, saudara/i diminta untuk mengisi pernyataan yang diberikan sesuai dengan yang Anda rasakan dalam menggunakan layanan pemesanan tiket kereta api melalui aplikasi PegiPegi (versi 2.0.3). Jawab pernyataan dengan skala yang diberikan sebagai berikut: 1=sangat tidak setuju; 2=tidak setuju; 3=setuju; 4=sangat setuju.

Saya merasa mudah untuk mempelajari pengoperasian aplikasi PegiPegi dalam segi pemesanan tiket kereta api *

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

Interaksi saya dengan aplikasi PegiPegi jelas dan mudah dipahami *

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

Saya merasa aplikasi PegiPegi mudah dalam navigasinya *

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

Aplikasi PegiPegi memiliki tampilan yang menarik dalam layanan pemesanan tiket kereta api *

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

Desain aplikasi PegiPegi dalam pemesanan tiket kereta pai sudah sesuai dengan jenis aplikasinya (booking tiket online) *

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

Aplikasi PegiPegi memberikan pengalaman positif bagi saya dalam pemesanan tiket kereta api *

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

Aplikasi PegiPegi memberikan informasi yang akurat mengenai pemesanan tiket kereta api *

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

Aplikasi PegiPegi menyediakan informasi mengenai pemesanan tiket kereta api yang dapat dipercaya *

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

Aplikasi PegiPegi menyediakan informasi mengenai pemesanan tiket kereta api secara tepat waktu *

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

Aplikasi PegiPegi menyediakan informasi yang relevan seputar pemesanan tiket kereta api *

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

Aplikasi PegiPegi menyediakan informasi yang mudah dipahami mengenai pemesanan tiket kereta api *

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

Aplikasi PegiPegi menyediakan informasi yang rinci mengenai pemesanan tiket kereta api *

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

Aplikasi PegiPegi memiliki reputasi yang baik dalam layanan pemesanan tiket kereta api *

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

Saya merasa aman untuk melakukan transaksi pemesanan tiket kereta api melalui aplikasi PegiPegi *

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

Aplikasi PegiPegi menjamin keamanan informasi personal saya *

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

Aplikasi PegiPegi memberikan kemudahan untuk berkomunikasi dengan admin mengenai pemesanan tiket kereta api (contoh: live chat admin) *

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

Aplikasi PegiPegi membuat saya yakin dengan layanan yang dijanjikan (yang berkaitan dengan pemesanan tiket kereta api) *

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

Menurut saya, aplikasi PegiPegi telah berhasil dan sukses dalam indikator-indikator di atas *

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

Saya puas dengan layanan pemesanan tiket kereta api di aplikasi PegiPegi *

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

Pengukuran Layanan Kualitas Pemesanan Tiket Kereta Api di Aplikasi KAI Access

Pada bagian ini, saudara/i diminta untuk mengisi pernyataan yang diberikan sesuai dengan yang Anda rasakan dalam menggunakan layanan pemesanan tiket kereta api melalui aplikasi KAI Access (versi 1.3.0.3). Jawab pernyataan dengan skala yang diberikan sebagai berikut: 1=sangat tidak setuju; 2=tidak setuju; 3=setuju; 4=sangat setuju.

Saya merasa mudah untuk mempelajari pengoperasian aplikasi KAI Access dalam segi pemesanan tiket kereta api *

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

Interaksi saya dengan aplikasi KAI Access jelas dan mudah dipahami *

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

Saya merasa aplikasi KAI Access mudah dalam navigasinya *

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

Aplikasi KAI Access memiliki tampilan yang menarik dalam layanan pemesanan tiket kereta api *

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

Desain aplikasi KAI Access dalam pemesanan tiket kereta api sudah sesuai dengan jenis aplikasinya (booking tiket online) *

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

Aplikasi KAI Access memberikan pengalaman positif bagi saya dalam pemesanan tiket kereta api *

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

Aplikasi KAI Access memberikan informasi yang akurat mengenai pemesanan tiket kereta api *

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

Aplikasi KAI Access menyediakan informasi mengenai pemesanan tiket kereta api yang dapat dipercaya *

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

Aplikasi KAI Access menyediakan informasi mengenai pemesanan tiket kereta api secara tepat waktu *

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

Aplikasi KAI Access menyediakan informasi yang relevan seputar pemesanan tiket kereta api *

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

Aplikasi KAI Access menyediakan informasi yang mudah dipahami mengenai pemesanan tiket kereta api *

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

Aplikasi KAI Access menyediakan informasi yang rinci mengenai pemesanan tiket kereta api *

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

Aplikasi KAI Access memiliki reputasi yang baik dalam layanan pemesanan tiket kereta api *

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

Saya merasa aman untuk melakukan transaksi pemesanan tiket kereta api melalui aplikasi KAI Access *

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

Aplikasi KAI Access menjamin keamanan informasi personal saya *

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

Aplikasi KAI Access memberikan kemudahan untuk berkomunikasi dengan admin mengenai pemesanan tiket kereta api (contoh: live chat admin) *

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

Aplikasi KAI Access membuat saya yakin dengan layanan yang dijanjikan (yang berkaitan dengan pemesanan tiket kereta api) *

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

Menurut saya, aplikasi KAI Access telah berhasil dan sukses dalam indikator-indikator di atas *

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

Saya puas dengan layanan pemesanan tiket kereta api di aplikasi KAI Access *

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju