



**PERBEDAAN PERSEPSI KEPUASAN KONSUMEN DALAM
PEMBELIAN TIKET DI PT KERETA API INDONESIA DAOP 9 JEMBER
(Study Kasus Pada Konsumen Melalui Antrian Di Locket Dan Melalui Mesin
E-Kiosk)**

SKRIPSI

Oleh :
FERLIN ROSALINA
NIM 120210301099

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS JEMBER**

2017

PERSEMBAHAN

Dengan penuh kebahagiaan dan rasa syukur yang tak terhingga pada Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang atas rahmat, hidayah-Nya dan sholawatnya serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, Bapak Samuji dan Ibu Rohana terima kasih yang tak terhingga atas segala ketulusan cinta, kasih sayang, arahan, dukungan, pengorbanan dan doa yang tiada henti demi keberhasilan studiku yang kuraih hingga saat ini;
2. Kakakku Ruli Muji Astutik dan Adikku Sofiya Trida Nuraini yang tersayang terima kasih telah mendukungku dalam segala hal, dan memberi semangat, serta canda dalam penat;
3. Bapak/Ibu Guruku ditingkat SD, SMP dan SMA, Bapak/Ibu Dosen di Pendidikan Ekonomi-FKIP-Universitas Jember, serta semua orang yang telah mmberikan ilmu pengetahuan dan pengalaman dengan penuh keikhlasan dan tanpa pamrih;
4. Almamater yang kubanggakan Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember sebagai tempat menuntut ilmu.

MOTTO

Sesungguhnya sesudah kesulitan ada kemudahan.

(Q.S Al Insyirah : 6)

Cara terbaik untuk mewujudkan impian adalah segera bangun dan bekerja keras.

(Mario Teguh)

Kamu butuh untuk mengerti ; segala hal yang Allah siapkan pasti jauh lebih baik.

(Penulis)

*Departemen Agama Republik Indonesia.2000. Terjemahan Al-Qur'an Alkarim Bandung: PT.Al-Ma'arif

**Mario Teguh.2014.Mario Teguh Golden Ways.Workshop Terbuka,tidak dipublikasikan.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ferlin Rosalina

NIM : 120210301099

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul “Perbedaan Persepsi Kepuasan Konsumen Dalam Pembelian Tiket Di PT Kereta Api Indonesia Daop 9 Jember (Study Kasus Pada Konsumen Melalui Antrian Di Loket Dan Melalui Mesin E-Kiosk)” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi mana pun, dan bukan 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, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak mana pun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 24 November 2017

Yang menyatakan,

Ferlin Rosalina

NIM 120210301099

HALAMAN PERSETUJUAN

**PERBEDAAN PERSEPSI KEPUASAN KONSUMEN DALAM
PEMBELIAN TIKET DI PT KERETA API INDONESIA DAOP 9 JEMBER
(Study Kasus Pada Konsumen Melalui Antrian Di Loket Dan Melalui Mesin
E-Kiosk)**

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Studi Pendidikan Ekonomi (S1)
dan mencapai gelar Sarjana Pendidikan

SKRIPSI

Oleh

Nama : Ferlin Rosalina
Nomor Induk Mahasiswa : 120210301099
Tahun Angkatan : 2012
Jurusan/Program Studi : P. IPS/P. Ekonomi
Tempat/Tanggal Lahir : Probolinggo/ 07 Februari 1994

Disetujui oleh:

Dosen Pembimbing I,

Dosen Pembimbing II,

Dra. Retna Ngesti S, M.P
NIP. 19670715 199403 2 004

Hety Mustika Ani, S.Pd.,M.Pd.
NIP. 19800827 200604 2 001

PENGESAHAN

Skripsi berjudul “Perbedaan Persepsi Kepuasan Konsumen Dalam Pembelian Tiket Di PT Kereta Api Indonesia Daop 9 Jember (Study Kasus Pada Konsumen Melalui Antrian Di Loket Dan Melalui Mesin E-Kiosk)” telah diuji dan disahkan pada:

Hari, tanggal : Jum'at , 24 November 2017

Jam : 09.00 WIB

Tempat : Gedung I FKIP Universitas Jember.

Tim Penguji:

Ketua,

Sekretaris,

Dra. Retna Ngesti S, M.P
NIP. 19670715 199403 2 004

Hety Mustika Ani S.Pd.,M.Pd.
NIP. 19800827 200604 2 001

Anggota I,

Anggota II,

Drs. Sutrisno Djaja, M.M
NIP. 19540302 198601 1 001

Drs. Bambang Suyadi, M.Si
NIP. 19530605 198403 1 003

Mengesahkan

Dekan FKIP Universitas Jember,

Prof. Drs. Dafik, M.Sc., Ph.D.

NIP. 19680802 199303 1 004

RINGKASAN

Perbedaan Persepsi Kepuasan Konsumen Dalam Pembelian Tiket Di PT Kereta Api Indonesia Daop 9 Jember (Study Kasus Pada Konsumen Melalui Antrian Di Loket Dan Melalui Mesin E-Kiosk, Ferlin Rosalina, 120210301099, 2017, 40 hlm, Program Studi Pendidikan Ekonomi, Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Jember.

Pada saat ini kebutuhan masyarakat semakin hari semakin meningkat dan harus terpenuhi. Bukan hanya kebutuhan sandang, pangan dan papan, tetapi kebutuhan akan jasa juga harus terpenuhi. Salah satu jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat adalah jasa transportasi. Transportasi di Indonesia dibedakan menjadi transportasi darat, laut dan udara. PT Kereta Api Indonesia merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa transportasi angkutan darat. Sejumlah keunggulan yang dimiliki oleh kereta api yaitu mampu mengangkut penumpang dalam jumlah yang sangat besar, biaya transportasi yang mudah dijangkau, dipastikan aman dan nyaman.

Kondisi ini juga terjadi pada di PT Kereta Api Daop 9 Jember, dimana pada PT Kereta Api Daop 9 Jember terus mengalami peningkatan jumlah penumpang. Adanya peningkatan jumlah penumpang tersebut, pihak PT. Kereta Api melakukan peningkatan baik dari segi armada, fasilitas, maupun peningkatan pelayanan kepada masyarakat sebagai calon penumpang yang salah satunya adalah kemudahan dalam mendapatkan tiket. Pihak PT. Kereta Api memberikan pelayanan berupa pemesanan tiket yang dapat dilakukan melalui antrian di loket dan melalui mesin e-kiosk. Banyak dari masyarakat yang memiliki persepsi bahwa membeli tiket melalui mesin e-kiosk itu susah dan masih memerlukan tambahan biaya. Masyarakat juga memiliki persepsi bahwa membeli tiket melalui antrian di loket sangat memerlukan waktu yang lama dengan harus mengantri panjang di stasiun.

Sesuai dengan permasalahan yang ada, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada perbedaan yang

signifikan antara persepsi kepuasan konsumen dalam membeli tiket kereta api melalui antrian di loket dan melalui mesin e-kiosk”. Penelitian ini merupakan penelitian komparatif. Dimana penelitian ini digunakan untuk mengetahui perbedaan. Penentuan lokasi penelitian menggunakan metode *purposive area* yaitu pada PT. Kereta Api Indonesia Daop 9 Jember. Untuk menentukan populasi penelitian menggunakan metode *purposive*, sedangkan untuk menentukan jumlah responden dalam penelitian menggunakan metode *accidental sampling* yaitu sebanyak 30 responden. Metode pengumpulan data yang digunakan terdiri dari metode: angket, observasi, wawancara, dan dokumen. Adapun uji T-test yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan *Independent Sample T-Test*

Hasil penelitian menunjukkan ada perbedaan yang signifikan antara persepsi kepuasan konsumen dalam membeli tiket kereta api melalui antrian loket dan melalui mesin e-kiosk. Persepsi kepuasan konsumen dalam membeli tiket kereta api melalui mesin e-kiosk lebih baik dari pada persepsi kepuasan konsumen dalam membeli tiket kereta api melalui antrian loket. Pembelian tiket melalui antrian di loket harus datang ke stasiun dan harus mengantri lama. Sedangkan untuk pembelian tiket melalui mesin e-kiosk tidak perlu mengantri berlama-lama karena proses pembelian tiketnya sangat cepat.

PRAKATA

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya tulis ilmiah, berupa skripsi yang berjudul “Perbedaan Persepsi Kepuasan Konsumen Dalam Membeli Tiket Kereta Api Melalui antrian loket dan Melalui mesin e-kiosk Pada PT Kereta Api Indonesia Daop 9 Jember”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Prof. Drs. Dafik, M.Sc., P.hD., selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
2. Dr.Sumardi, M.Hum., selaku Ketua Jurusan Pendidikan IPS Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
3. Sri Wahyuni, M.Si, selaku Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
4. Dra. Retna Ngesti S, M.P, selaku Dosen Pembimbing I, dan Hety Mustika Ani S.Pd.,M.Pd, selaku Dosen Pembimbing II, yang telah membimbing dan meluangkan waktunya dalam penulisan skripsi ini;
5. Drs. Sutrisno Djaja,M.M selaku Dosen Penguji I, dan Drs.Bambang Suyadi,M.Si. selaku Dosen Penguji II yang telah memberikan kritik dan masukan dalam penulisan skripsi ini;
6. Seluruh pihak PT. Kereta Api Daop 9 Jember beserta konsumen yang turut membantu dalam memberikan informasi guna penyusunan karya ilmiah ini;
7. Sahabat – sahabatku yang aku sayangi: Riris, Neneng dan Dini yang telah memberikan semangat,doa dan dukungannya, terimakasih atas kebersamaannya selama ini;
8. Adik kostku Vhyna yang telah memberikan keceriaan dalam hidupku;

9. Teman – teman sejawatku Pendidikan Ekonomi angkatan 2012 yang menempuh dan mengerjakan skripsi;
10. Semua pihak yang turut membantu terselesaikannya skripsi ini.

Semoga segala dukungan dan bantuan yang diberikan senantiasa diterima sebagai amal sholeh dan diridhoi oleh Allah SWT. Penulis menyadari penyusunan skripsi ini jauh dari kesempurnaan. Mengingat keterbatasan kemampuan dan ilmu pengetahuan yang penulis miliki, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca untuk menyempurnakan skripsi ini. Akhirnya, penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat. Aamiin.

Jember, 24 November 2017

Penulis

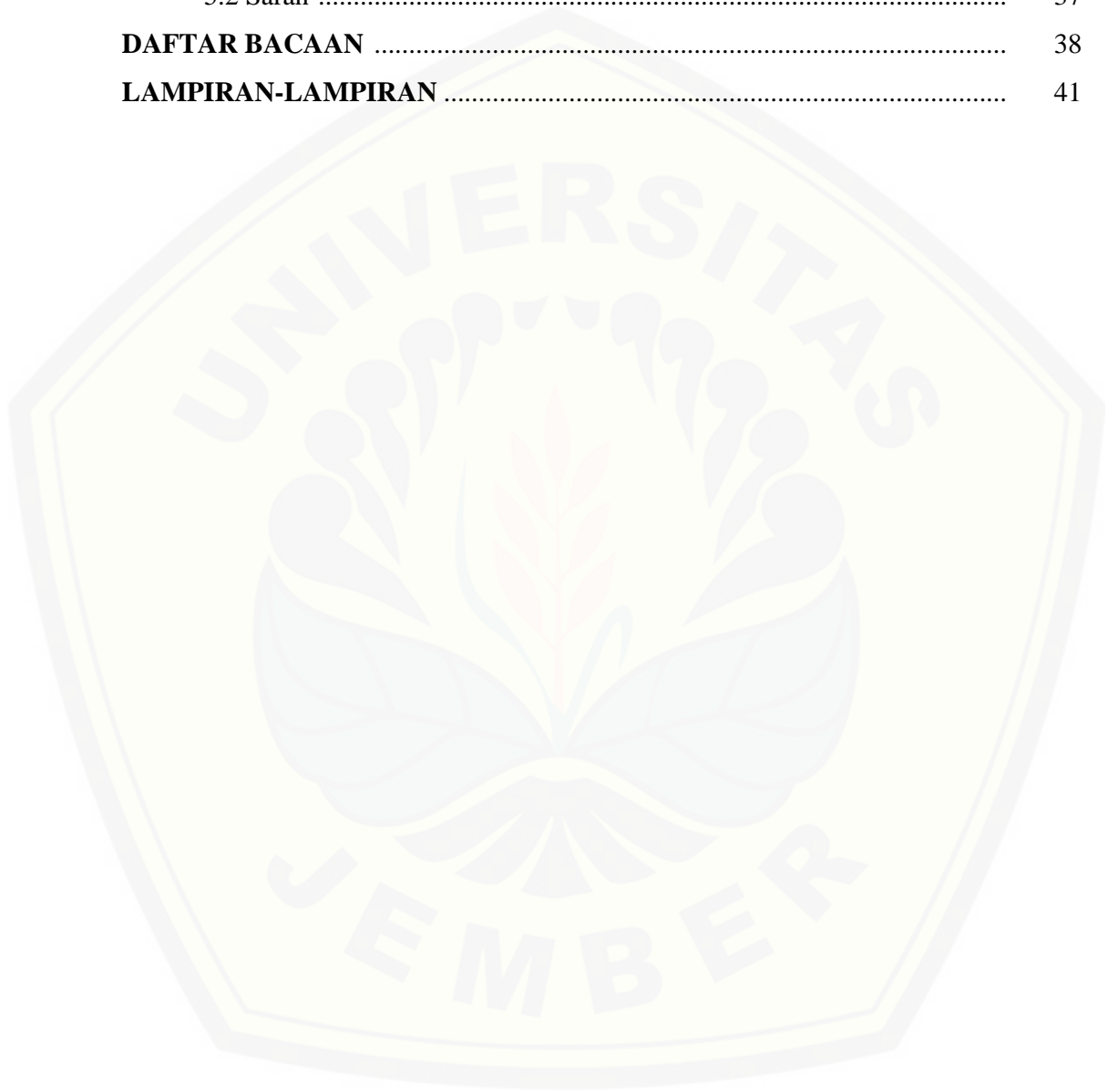
DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN	v
HALAMAN PENGESAHAN	vi
RINGKASAN	vii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	4
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu	5
2.2 Pemasaran Jasa	7
2.3 Pengertian dan Karakteristik Jasa	7
2.4 Dasar Teori Persepsi Konsumen.....	9
2.5 Landasan Teori Konsumen.....	10
2.6. Cara Pemesanan Tiket Kereta Api.....	12
2.6.1 Pemesanan Tiket Kereta Api Melalui antrian loket.....	12
2.6.2 Pemesanan Tiket Kereta Api Melalui mesin e-kiosk	13
2.7 Kerangka Berpikir	14

2.8 Hipotesis Penelitian.....	15
BAB 3. METODE PENELITIAN.....	16
3.1 Rancangan Penelitian	16
3.2 Lokasi Penelitian	16
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	17
3.3.1 Populasi Penelitian	17
3.3.2 Sampel Penelitian	17
3.4 Definisi Operasional Variabel	17
3.5 Jenis dan Sumber Data	18
3.6 Metode Pengumpulan Data	19
3.6.1 Metode Angket	19
3.6.2 Metode Observasi	19
3.6.3 Metode Wawancara	19
3.6.4 Metode Dokumen	19
3.7 Metode Pengolahan Data	20
3.7.1 Editing	20
3.7.2 Skoring	20
3.7.3 Tabulasi	20
3.8 Uji Instrumen Data	21
3.8.1 Uji Validitas	21
3.8.2 Uji Reliabilitas	22
3.9 Metode Analisis Data	22
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	24
4.1 Data Pelengkap	24
4.1.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	24
4.1.2 Sejarah Singkat Kereta Api Indonesia	24
4.2 Data Utama	25
4.2.1 Karakteristik responden penelitian	25
4.3 Uji Instrumen Penelitian	26
4.4 Hasil Analisis Data	29
4.4.1 Uji T-test	29

4.5 Pembahasan	34
BAB 5. PENUTUP	37
5.1 Kesimpulan	37
5.2 Saran	37
DAFTAR BACAAN	38
LAMPIRAN-LAMPIRAN	41



DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 4.1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	26
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas	27
Tabel 4.3 Hubungan Jumlah Butir Pertanyaan dengan Reliabilitas Instrumen	28
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas	28
Tabel 4.5 Rekapitulasi nilai rata-rata kemudahan memperoleh tiket	30
Tabel 4.6 Pengujian Uji T-test (Kemudahan dalam memperoleh tiket kereta api)	30
Tabel 4.7 Rekapitulasi nilai rata-rata indikator minat pembelian ulang	31
Tabel 4.8 Pengujian Uji T-test (Minat Pembelian Ulang tiket kereta api)	31
Tabel 4.9 Rekapitulasi nilai rata – rata indikator merekomendasikan tiket kereta	32
Tabel 4.10 Pengujian Uji T-test (Kesediaan untuk merekomendasikan)	32
Tabel 4.11 Pengujian Uji T-test	33

DAFTAR LAMPIRAN

Halaman	
Lampiran 1. Matriks Penelitian.....	41
Lampiran 2. Tuntunan Penelitian.....	43
Lampiran 3. Angket Penelitian	45
Lampiran 4. Pedoman Wawancara	53
Lampiran 5. Data Responden	54
Lampiran 6. Hasil Angket	66
Lampiran 7. Uji Validitas	72
Lampiran 8. Uji Reliabilitas.....	78
Lampiran 9. Rekapitulasi Hasil Angket.....	80
Lampiran 10. Uji T-test Independent	91
Lampiran 11. Tabel R	92
Lampiran 12. Tabel T.....	94
Lampiran 13. Transkrip Wawancara	99
Lampiran 14. Foto Penelitian.....	105
Lampiran 15. Surat Ijin Penelitian	108
Lampiran 16. Surat Selesai Penelitian	109
Lampiran 17. Lembar Konsultasi	110
Lampiran 18. Daftar Riwayat Hidup.....	112

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada saat ini kebutuhan masyarakat semakin hari semakin meningkat dan harus terpenuhi. Bukan hanya kebutuhan sandang, pangan dan papan, tetapi kebutuhan akan jasa juga harus terpenuhi. Jasa merupakan pemberian suatu kinerja atau tindakan tak kasat mata dari satu pihak kepada pihak lain atau dari perusahaan kepada masyarakat. Dalam melakukan penyediaan jasa diperlukan adanya pelayanan jasa yang diinginkan dan diharapkan oleh masyarakat. Salah satu jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat adalah jasa transportasi. Jasa transportasi merupakan layanan jasa yang membantu konsumen dalam melakukan transportasi antar daerah atau kota maupun provinsi. Transportasi merupakan bagian dari kehidupan yang tidak dapat terpisahkan oleh masyarakat dan untuk saat ini masih dibutuhkan kehadirannya. Transportasi di Indonesia dibedakan menjadi transportasi darat, laut dan udara.

PT Kereta Api Indonesia merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa transportasi angkutan darat. Perusahaan ini berdiri sejak tanggal 17 Juni 1864, hingga sekarang PT Kereta Api Indonesia Persero menjadi salah satu transportasi yang masih tetap digunakan di Indonesia. Kereta Api merupakan alternatif bagi problematika angkutan di Indonesia. Sejumlah keunggulan yang dimiliki oleh kereta api yaitu mampu mengangkut penumpang dalam jumlah yang sangat besar, biaya transportasi yang mudah dijangkau, dipastikan aman dan nyaman. Keunggulan tersebut PT Kereta Api (Persero) menjadikannya untuk menyesuaikan diri dalam menghadapi masa depan yang penuh persaingan. Meskipun kenyataannya perusahaan ini tidak memiliki pesaing dalam angkutan jalan rel, namun ada juga perusahaan di bidang jasa lain yakni bis dan travel maupun pesawat terbang. PT Kereta Api sebagai satu-satunya layanan kereta api di Indonesia yang diharapkan dapat meningkatkan pelayanan jasa kereta untuk memenuhi kepuasan masyarakat.

Adanya peningkatan jumlah penumpang tersebut, pihak PT. Kereta Api melakukan peningkatan baik dari segi armada, fasilitas, maupun peningkatan pelayanan kepada masyarakat sebagai calon penumpang yang salah satunya adalah kemudahan dalam mendapatkan tiket. Pihak PT Kereta Api memberikan pelayanan berupa pemesanan tiket yang dapat dilakukan melalui antrian di loket dan melalui mesin E-kiosk. Pemesanan tiket kereta api melalui keduanya kini dapat dilakukan 90 hari sebelum keberangkatan (H-90) dari yang sebelumnya 30 hari sebelum keberangkatan (H-30).

Banyak dari masyarakat yang memiliki persepsi bahwa membeli tiket melalui mesin e-kiosk itu susah dan masih memerlukan tambahan biaya. Masyarakat juga memiliki persepsi bahwa membeli tiket melalui antrian di loket sangat memerlukan waktu yang lama dengan harus mengantri panjang di stasiun. Persepsi merupakan suatu proses yang didahului oleh proses pengindraan yaitu merupakan proses diterimanya stimulus oleh individu melalui alat indra namun proses itu tidak berhenti begitu saja melainkan stimulus tersebut diteruskan dan proses selanjutnya merupakan proses persepsi. Menurut Kotler (2004:266) persepsi adalah proses dimana seorang individu memilih, merumuskan dan menyeleksi sesuatu akan masukan atau input – input mengenai informasi untuk menciptakan sesuatu gambaran yang berarti mengenai dunia.

Persepsi setiap orang terhadap pelayanan pembelian tiket kereta api melalui antrian di loket maupun melalui mesin e-kiosk berbeda – beda karena persepsi memiliki sifat yang subjektif. Terbentuknya persepsi pada konsumen menyebabkan mereka mempunyai kesan dan memberikan penilaian yang tepat terhadap suatu hal, tak terkecuali pembelian tiket pada kereta api. Adanya beberapa persepsi dari konsumen terhadap pemesanan/pembelian tiket melalui antrian di loket maupun melalui mesin e-kiosk tersebut dapat mempengaruhi kepuasan penumpang dalam melakukan pembelian tiket kereta api tersebut. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan – harapannya. Jika kinerja berada di bawah harapan, konsumen akan mengalami ketidakpuasan. Sedangkan jika kinerja memenuhi harapan, konsumen akan

merasa puas. Dan jika kinerja melebihi harapan, konsumen amat puas atau senang.

Adanya penjelasan dari latar belakang tersebut, maka peneliti tertarik untuk mengetahui perbedaan persepsi kepuasan konsumen yang pernah membeli tiket melalui antrian di loket maupun melalui mesin e-kiosk. Oleh sebab itu, peneliti melakukan penelitian dengan mengambil judul “Perbedaan Persepsi Kepuasan Konsumen Dalam Pembelian Tiket Kereta Api Indonesia Daop 9 Jember (Study Kasus Pada Konsumen Melalui Antrian Di Loket Dan Melalui Mesin E-Kiosk)”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan diatas, maka rumusan masalah yang diambil dalam penelitian ini yaitu: “Apakah ada perbedaan yang signifikan antara persepsi kepuasan konsumen dalam membeli tiket kereta api melalui antrian di loket dan melalui mesin e-kiosk?”

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, dapat dikemukakan bahwa tujuan penelitian ini adalah; “Untuk mengetahui perbedaan yang signifikan antara persepsi kepuasan konsumen dalam membeli tiket kereta api melalui antrian di loket dan melalui mesin e-kiosk”

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan penjelasan tersebut, manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

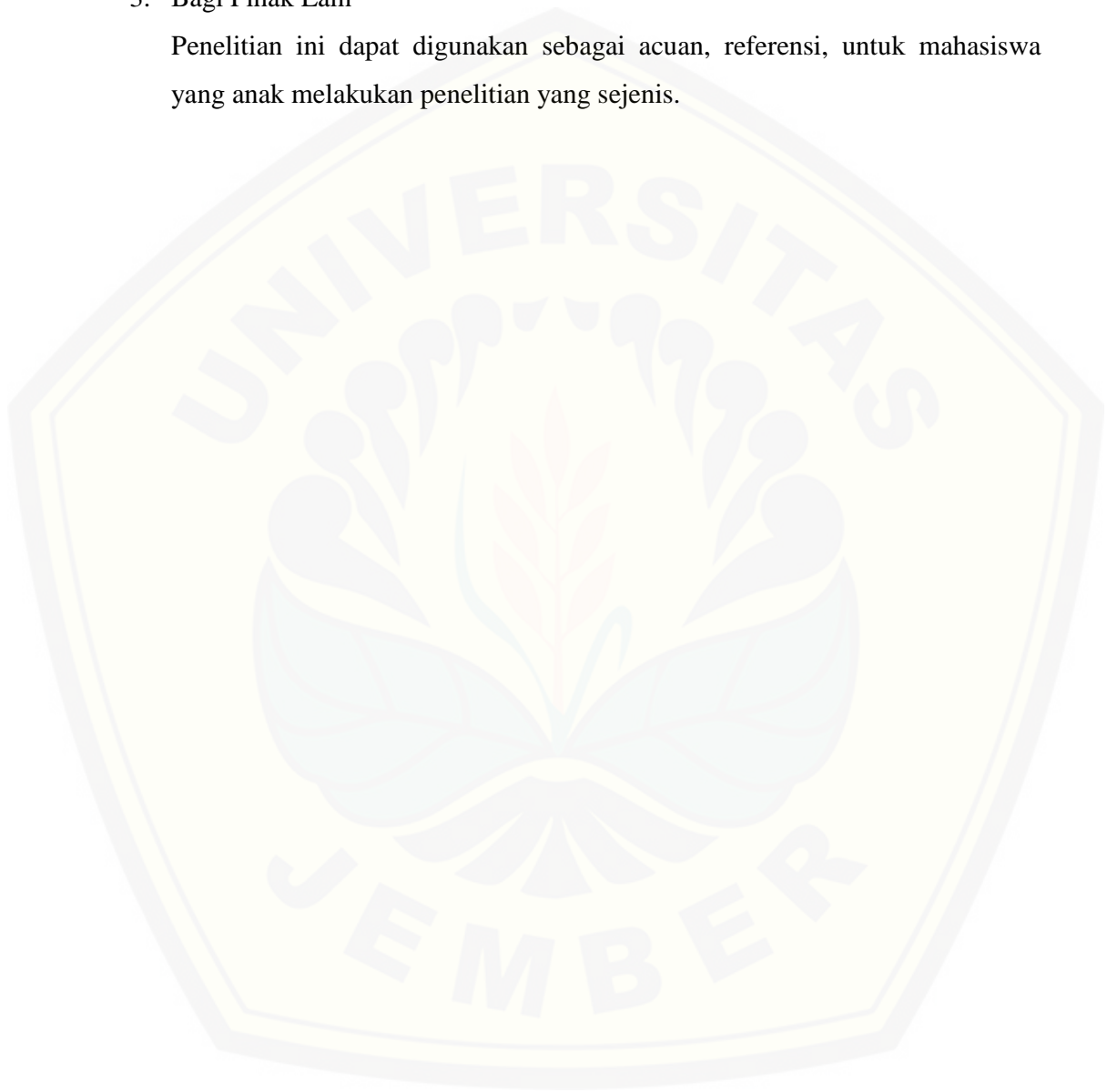
Penelitian ini diharapkan menambah wawasan dan pengetahuan baru mengenai perbedaan persepsi kepuasan dalam membeli tiket kereta api melalui antrian di loket dan melalui mesin e-kiosk.

2. Bagi Perguruan Tinggi

Penelitian ini diharapkan sebagai tambahan bacaan dan informasi mengenai perbedaan persepsi kepuasan dalam membeli tiket kereta api melalui antrian di loket dan melalui mesin e-kiosk.

3. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan, referensi, untuk mahasiswa yang akan melakukan penelitian yang sejenis.



BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini akan dibahas beberapa teori yang digunakan dan menjadi dasar pandangan teori dalam penelitian ini. Tinjauan Pustaka ini meliputi: penelitian terdahulu, landasan teori, kerangka berpikir penelitian, dan hipotesis penelitian.

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian yang sejenis pernah juga dilakukan oleh Winda Septianita pada tahun 2014 dengan judul “Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, Kualitas Pelayanan *RailTicketing System* (RTS) Terhadap Kepuasan Pengguna (Studi Empiris Pada PT. KERETA API INDONESIA (PERSERO) DAOP 9 JEMBER)” Hasil Penelitian menunjukkan Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, setelah melalui tahap pengumpulan data, pengolahan data, analisis data dan yang terakhir interpretasi hasil analisis pengaruh kualitas sistem, kualitas informasi, kualitas pelayanan RTS terhadap kepuasan pengguna menunjukkan bahwa kualitas sistem, kualitas informasi serta kualitas pelayanan semuanya mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pengguna. Artinya sistem, informasi serta pelayanan RTS yang ada di PT.KAI (Persero) Daop 9 Jember dapat dianggap cukup baik.

Penelitian yang sejenis pernah dilakukan oleh Rosyid Wasiun pada tahun 2015 dengan judul “Pengaruh Pelayanan Sistem Melalui mesin e-kiosk, Tarif, dan Publikasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Melalui mesin e-kiosk Tiket Kereta Api Relasi Semarang – Jakarta (Studi Kasus Pada PT.Kereta Api Indonesia DAOP IV Semarang Tawang)” Hasil Penelitian menunjukkan bahwa pelayanan sistem melalui mesin e-kiosk, tarif, dan publikasi secara parsial maupun simultan mempengaruhi keputusan pembelian secara melalui mesin e-kiosk tiket kereta api relasi Semarang-Jakarta yaitu sebesar 60,7%. Berdasarkan hasil tersebut, PT.Kereta Api Indonesia DAOP IV Semarang harus mampu mempertahankan dan terus mengembangkan pelayanan sistem *melalui mesin e-kiosk*, tarif yang ditetapkan diharapkan sesuai dengan manfaat yang diperoleh konsumen, dan

PT.KAI diharapkan meningkatkan intensitas publikasi dan keberagaman saluran penyebaran informasi

Kedua penelitian terdahulu tersebut memiliki persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan. Persamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Winda Septianita, yaitu tempat pelaksanaan penelitian yakni di PT Kereta Api Daop 9. Persamaan yang lain yaitu pada jenis penelitian yang digunakan menggunakan Uji t digunakan untuk mengetahui signifikansi dari pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Untuk perbedaannya yaitu penelitian ini mengangkat judul pengaruh kualitas Sistem, kualitas informasi, kualitas pelayanan *rail ticketing system* terhadap kepuasan pengguna, sedangkan pada penelitian ini yaitu pada perbedaan persepsi kepuasan konsumen melalui antrian loket di pt kereta api indonesia daop 9 jember (study kasus pada konsumen melalui antrian di loket dan melalui mesin e-kiosk.

Persamaan dengan penelitian yang dilakukan Rosyid Wasiun yaitu sama-sama membahas keputusan pembelian tiket kereta api secara *melalui mesin e-kiosk*. Perbedaan yang dilakukan penelitian terdahulu tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu pada penelitian terdahulu fokus pada pengaruh pelayanan sistem melalui mesin e-kiosk, tarif, dan publikasi terhadap keputusan pembelian secara melalui mesin e-kiosk, sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan yaitu fokus pada perbedaan keputusan pembelian tiket kereta api melalui antrian di loket dan melalui mesin e-kiosk. Perbedaan yang lain yaitu terdapat pada jenis penelitian yang digunakan yaitu pada penelitian terdahulu menggunakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan menggunakan penelitian komparatif. Kontribusi yang diberikan oleh dua penelitian terdahulu adalah sebagai bahan referensi dalam penelitian karena memiliki persamaan dalam variabel yang diteliti.

2.2 Pemasaran Jasa

Kegiatan pemasaran pada perusahaan harus dapat memberikan kepuasan kepada konsumen. Perusahaan secara penuh harus bertanggung jawab tentang kepuasan jasa yang di berikan kepada konsumen. Dengan demikian, semua aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan di arahkan untuk mencapai kepuasan konsumen yang pada akhirnya memperoleh laba untuk perusahaan itu sendiri.

Hal ini didukung dengan pendapat Lupiyoadi (2006:5), pemasaran jasa adalah setiap tindakan yang ditawarkan oleh salah satu pihak ke pihak lain yang secara prinsip *intangibel* dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun. Sedangkan menurut Umar (2003:76), pemasaran jasa adalah pemasaran yang bersifat intangibel dan immaterial dilakukan pada saat konsumen berhadapan dengan produsen. Pemasaran adalah proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi konsumen dan membangun hubungan yang kuat dengan konsumen, bertujuan menangkap nilai dari konsumen sebagai imbalannya (Kotler dan Armstrong, 2008:6) Berdasarkan pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa pemasaran jasa adalah suatu tindakan yang ditawarkan pihak produsen kepada konsumen dalam arti jasa yang diberikan tidak dapat dilihat, dirasa, didengar atau diraba sebelum dibeli atau dikonsumsi. Seperti halnya di PT Kereta Api Indonesia, PT KAI merupakan perusahaan yang bergerak di bidang pemasaran jasa. PT KAI memberikan pemasaran jasa yang berorientasi pada kualitas pelayanan jasa dengan tujuan mendapatkan kepuasan dari konsumen.

2.3 Pengertian dan Karakteristik Jasa

Jasa merupakan semua aktivitas ekonomi yang hasilnya bukan berbentuk produk fisik atau konstruksi, yang umumnya dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan serta memberikan nilai tambah (misalnya kenyamanan, hiburan, kesenangan, atau kesehatan) konsumen (Lupiyoadi, 2006:45). Menurut Kotler (2000:89) dalam Tjiptono (2005:65) mendefinisikan jasa sebagai setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada orang lain yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Walaupun demikian, produk jasa bisa berhubungan dengan

produk fisik maupun tidak. Sedangkan Moenir (2001:39) menjelaskan bahwa jasa adalah suatu hasil yang tidak harus dalam bentuk fisik tak berdimensi, tetapi dapat dinikmati oleh panca indera dan atau perasaan (gerak, suara, keindahan, kenyamanan, rupa) disamping memang ada yang bentuk fisiknya yang dituju (kesempurnaan fisik, penampilan, warna, dimensi).

Berdasarkan beberapa pendapat maka dapat disimpulkan bahwa jasa secara umum adalah tindakan atau perbuatan yang ditawarkan yang tidak berwujud fisik tetapi dapat dinikmati oleh pancaindera atau perasaan dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Untuk mempermudah mengenai jasa maka harus diketahui mengenai karakteristik atau sifat-sifat jasa, Kotler dan Susanto (2001:605) menyebutkan mengenai empat karakteristik jasa, yaitu :

a. *Intangibility* (tidak terwujud)

Suatu jasa mempunyai sifat tidak terwujud, tidak dapat dirasakan, dan dinikmati sebelum dibeli oleh konsumen.

b. *Inseparability* (tidak dapat dipisahkan)

Umumnya jasa diproduksi (dihasilkan) dan dirasakan pada waktu bersamaan dan apabila dikehendaki oleh seorang untuk diserahkan kepada pihak lainnya, maka dia akan tetap merupakan bagian dari jasa tersebut.

c. *Variability* (bervariasi)

Jasa senantiasa mengalami perubahan, tergantung dari siapa penyedia jasa, penerima jasa, dan kondisinya dimana jasa tersebut diberikan.

d. *Perishability* (tidak tahan lama)

Daya tahan suatu jasa tergantung suatu situasi yang diciptakan oleh berbagai faktor. Sifat jasa yang tidak tahan lama tidak menjadi masalah jika permintaan tetap karena mudah mengatur staf untuk melakukan jasa itu lebih dulu.

Sedangkan Griffin (dalam Lupiyoadi, 2006:89) menyebutkan karakteristik jasa, sebagai berikut:

- a. Tidak berwujud adalah jasa tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, didengar, atau dicium sebelum jasa itu dibeli.

- b. Jasa tidak mengenal persediaan atau penyimpanan dari produk yang telah dihasilkan.
- c. Jasa juga sering kali di desain khusus untuk kebutuhan konsumen, sebagaimana pada jasa asuransi dan kesehatan.

2.4 Dasar Teori Persepsi Konsumen

Persepsi merupakan suatu proses yang didahului oleh proses penginderaan yaitu proses diterimanya stimulus oleh individu melalui alat indra dilanjutkan dengan proses persepsi. Menurut William J. Staton (dalam Nugroho, 2003 : 160) persepsi dapat didefinisikan sebagai makna yang kita pertalikan berdasarkan pengalaman masalah, stimuli (rangsangan – rangsangan) yang kita terima melalui lima indera. Perusahaan – perusahaan akan berlomba dan bergerak sesuai dengan keinginan konsumen. Persepsi memegang peranan sangat penting dalam pemasaran. Persepsi seseorang dengan orang lain itu berbeda – beda, tergantung pada apa yang dinilai dan apa yang dirasakan seseorang, dan apa yang dirasakan seseorang mencerminkan apa yang dirasakan pada masa lalu. Menurut Kotler (2004:268) faktor – faktor yang mempengaruhi konsumen yaitu:

- a. Penglihatan, Tanggapan secara langsung yang dapat mempengaruhi bertambahnya atau berkurangnya persepsi yang akan diberikan seseorang.
- b. Pengalaman MasaLalu, seseorang biasanya akan menanamkan kesimpulan yang sama dengan apa yang dilihat, didengar ataupun yang dialaminya di masalah. Perbedaan pandangan konsumen akan menciptakan proses pengamatan yang berbeda pula dalam perilaku pembelian konsumen. Perilaku konsumen mengacu pada tindakan nyata konsumen yang dapat diamati secara langsung. Setiap orang dapat memiliki persepsi yang berbeda atas objek yang sama karena tiga proses.

Menurut Kotler (2009:228), tiga proses tersebut antara lain sebagai berikut:

- a. Perhatian selektif
Orang cenderung memperhatikan stimulus atau iklan yang berhubungan dengan kebutuhannya saat ini. Misalkan saja, orang yang akan meng

Gunakan jasa kereta api pasti akan member perhatian lebih terhadap jasa yang akan mereka gunakan.

b. Distorsi Selektif

Kecenderungan orang untuk menafsirkan informasi dengan cara yang akan mendukung apa yang sudah mereka percaya. Konsumen akan menjadi konsisten dengan keyakinan awal mereka atas jasa yang merekapilih.

c. Ingatan Selektif

Orang akan melupakan banyak hal yang mereka pelajari, tapi cenderung mengingat informasi yang mendukung pandangan dan keyakinan mereka. Konsumen akan mengingat hal – hal baik yang di berikan oleh perusahaan jasa yang mereka sukai.

2.5 Landasan Teori Kepuasan Konsumen

Kepuasan merupakan perbedaan antara harapan dan unjuk kerja yang senyatanya diterima (Yazid,2001:60). Apabila harapan tinggi sementara unjuk kerjanya biasa saja, kepuasan tidak akan tercapai (sangat mungkin konsumen akan kecewa). Kepuasan merupakan hasil yang dirasakan oleh konsumen dari kinerja jasa yang diterima dari penyaji jasa sesuai dengan apa yang diharapkan dan di janjikan sebelumnya. Yazid (2001:54) yang menyatakan bahwa puas tidaknya konsumen terhadap jasa yang telah dibelinya tergantung pada hasil evaluasi terhadap jasa yang dibelinya. Jadi perasaan puas atau tidakpuas akan muncul setelah konsumen menggunakan jasa kereta api di daop 9 Jember.

Menurut Alma (2000:223) sebab – sebab munculnya ketidakpuasan konsumen adalah sebagai berikut:

- 1). Tidaksesuainya harapan dan kenyataan yang dialami,
- 2). Layanan selama menikmati jasa tidak memuaskan,
- 3). Perilaku personil kurang menyenangkan,
- 4). Suasana dan kondisi fisik lingkungan tidak menunjang,
- 5). Biaya terlalu tinggi, karena jarak terlalu jauh, banyak waktu terbuang dan terlalu tinggi

6). Promosi atau iklan terlalu muluk, tidak sesuai dengan kenyataan.

Kepuasan konsumen berkaitan langsung dengan perasaan seseorang yang bisa banyak membawa pengaruh kepada dirinya sendiri dan produsen (perusahaan). Pengaruh yang bisa dirasakan oleh dirinya sendiri adalah seseorang akan merasa senang apabila jasa yang diterima sesuai dengan apa yang diharapkan. Persepsi dari konsumen akan mempengaruhi kepuasan yang di dapat olehnya. Apabila harapan konsumen dapat terpenuhi dan konsumen tersebut mempersepsikan layanan jasa secara baik, maka konsumen tersebut sudah mendapatkan kepuasaannya.

(Hawkins dan Lonney) dikutip dalam Tjiptono (2001:101) atribut – atribut pembentuk kepuasan terdiri dari :

1. Kemudahan dalam memperoleh

Persepsi konsumen dalam memperoleh tiket kereta api tergantung dari jasa yang ditawarkan oleh produsen. Persepsi konsumen dalam hal ini meliputi :

- a. Lokasi perusahaan yang strategis sehingga memudahkan konsumen untuk datang membeli tiket melalui antrian di loket dan melalui mesin e-kiosk.
- b. Kemudahan dalam memperoleh tiket melalui antrian di loket dan melalui mesin e-kiosk.
- c. Tersedia pelayanan yang baik sehingga konsumen akan merasa senang dan mendapatkan apa yang mereka butuhkan.

2. Minat Pembelian Ulang

Konsumen setelah merasa dirinya puas ,akan membentuk sebuah persepsi untuk melakukan pembelian ulang. Timbulnya persepsi tersebut akan memberikan nilai yang positif dan memungkinkan konsumen menggunakan jasa pembelian tiket kereta api kembali.

3. Kesiediaan untuk merekomendasi

Persepsi konsumen dalam hal ini yaitu bersedia untuk merekomendasikan jasa kepada teman atau keluarganya. Ukuran yang penting untuk dianalisis dan ditindak, meliputi :

- a. Menyarankan teman atau kerabat untuk memanfaatkan jasa yang ditawarkan karena pelayanan pembelian tiket kereta api yang memuaskan.
- b. Menyarankan teman atau kerabat untuk memanfaatkan jasa yang ditawarkan karena fasilitas pelayanan pembelian tiket yang memadai.

2.6 Beberapa cara dalam melakukan pemesanan tiket kereta api yaitu meliputi pemesanan melalui antrian di loket dan melalui mesin e-kiosk.

2.6.1 Pemesanan tiket kereta api melalui antrian di loket :

Pemesanan tiket kereta api melalui antrian di loket ada beberapa langkah sebagai berikut:

- a. Mengambil nomor antrian yang tersedia di stasiun seperti sistem bank pada umumnya untuk mendapatkan pelayanan pembelian tiket. Kemudian, mengambil formulir pemesanan tiket kereta api yang tersedia di dekat loket atau tempat duduk penumpang. Jika kebetulan formulir habis, dapat memintanya kepada petugas satpam di stasiun atau *customer service* langsung. Selanjutnya, mengisi formulir dengan kereta api yang hendak dinaiki beserta tanggal keberangkatan. Jika mengalami kesulitan dalam memilih kereta api, dapat melihat daftar kereta api beserta waktu keberangkatannya yang biasanya tertempel di dekat tempat pemesanan.
- b. Mengisi formulir pemesanan tiket kereta api dengan format yang tepat dan dengan ketelitian tinggi agar terhindar dari masalah kesalahan input yang bisa dilakukan tanpa sengaja oleh pihak teller dan bisa merugikan konsumen nantinya. Pengisian formulir yang lakukan sudah sesuai dengan contoh format pengisian formulir yang tertempel di dinding dekat tempat pengisian formulir kereta. Melakukan pengecekan ulang formulir yang telah diisi dengan teliti hingga benar-benar sesuai dan tidak ada kesalahan sedikitpun. Kemudian menyisipkan fotokopi KTP asli sebagai pengantar formulir.
- c. menunggu nomor antrian dipanggil oleh pihak teller dan menyerahkan formulir pemesanan tiket kereta yang telah diisi sebelumnya kepada pihak teller. Kemudian menunggu sampai teller selesai melakukan proses penginputan data dan meminta membayar biaya tiket kereta. Terakhir,

mengambil tiket kereta asli yang diberikan oleh teller.

2.6.2 Pemesanan tiket kereta api Secara *Melalui mesin e-kiosk*

Pemesanan tiket kereta api Secara *Melalui mesin e-kiosk* adalah melalui beberapa langkah sebagai berikut:

1. Memilih bahasa, bahasa yang disediakan Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris.
2. Info reservasi kemudian mengisi data perjalanan pada layar. Penumpang bisa memanfaatkan keyboard pada ATM ataupun layar sentuh untuk memilih tanggal keberangkatan, stasiun asal, stasiun tujuan dan jumlah penumpang. Tidak ada pembatasan untuk pemesanan dan pembelian tiket melalui vending machine. Selanjutnya klik tombol ok.
3. Info Perjalanan KAI. Calon penumpang memilih waktu dan jenis kereta yang tersedia di layar. Jika sesuai pilih kereta. Selanjutnya tekan booking.
4. Isi Detil Perjalanan dan Rincian Penumpang. Isilah tabel yang tersedia dengan data diri sesuai dengan identitas penumpang (bisa memakai KTP/SIM/Paspor). Pastikan nomor telepon yang dimasukkan betul-betul nomor Anda karena nomor tersebut akan digunakan sebagai nomer rekening e-money jika pembelian menggunakan uang tunai. Setelah sesuai, tekan tombol ok.
5. Pilih Tempat Duduk. Penumpang bisa memilih gerbong dan nomor tempat duduk yang masih kosong. Jika sesuai tekan ok.
6. Pembayaran, Periksa kembali informasi data yang dimasukkan, jika sesuai calon penumpang bisa memilih tipe pembayaran. Ada 3 tipe pembayaran yang tersedia yakni tunai, e-money dan kartu debit. Khusus pembayaran tunai, ATM tiket bisa menerima uang dari pecahan Rp 1.000 sampai Rp 100.000.

Mesin ATM tidak mengembalikan kelebihan pembayaran berbentuk uang tunai melainkan non tunai yakni masuk ke rekening e-money dari nomor handphone (HP) yang didaftarkan. Nomor hp penumpang secara

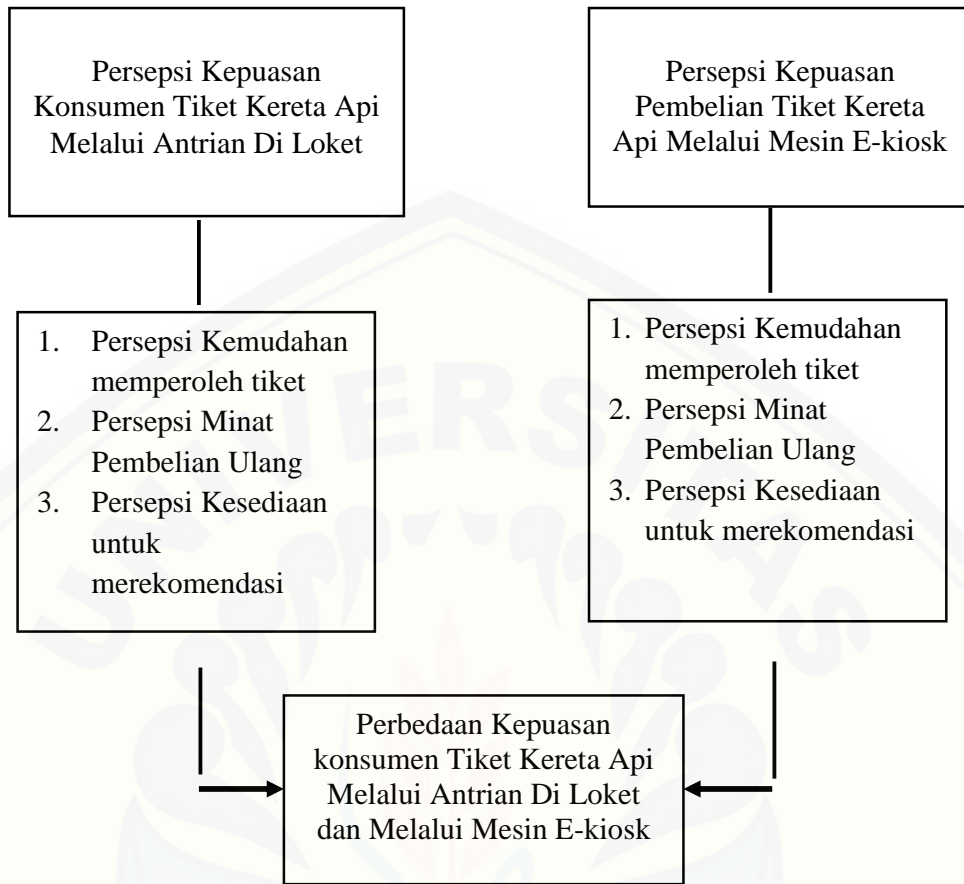
otomatis menjadi nomer rekening e-money setelah melakukan pemesanan tiket.

7. Pembayaran Bayar sesuai tagihan

- Tunai: masukkan uang sesuai jumlah tagihan
 - T-Money/E-Money: tempelkan kartu T-Money pada reader, dengan otomatis saldo akan terpotong
 - kartu debit: masukkan kartu debit anda kemudian konfirmasi PIN kartu debit anda dan secara otomatis tagihan akan terbayar.
- Penumpang akan dikenakan biaya administrasi sebesar Rp 7.500 untuk proses pemesanan dan pembelian tiket melalui vending machine. Selanjutnya calon penumpang memperoleh print hasil transaksi. Di dalam bukti transaksi terdapat kode booking.

2.7 Kerangka Berpikir

Penyusunan kerangka berpikir penelitian ini diharapkan dapat mempermudah penelitian dalam menguraikan secara sistematis pokok permasalahan yang akan dibahas. Kerangka berpikir dalam penelitian ini seperti pada gambar 2.12 sebagai berikut:



Gambar 2.10 Kerangka Berpikir Penelitian

2.8 Hipotesis Penelitian

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: Ada perbedaan yang signifikan antara kepuasan konsumen yang membeli tiket kereta api melalui antrian di loket dengan tiket kereta api melalui mesin e-kiosk pada PT Kereta Api Indonesia Daop 9 Jember.

BAB 3. METODE PENELITIAN

Bab ini akan membahas mengenai metode penelitian yang akan digunakan oleh peneliti. Adapun metode penelitian yang akan dijelaskan pada bab ini meliputi rancangan penelitian, lokasi penelitian, penentuan subjek peneliti, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, dan analisis data.

3.1 Rancangan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian komparatif. Dimana penelitian ini digunakan untuk mengetahui perbedaan. Misalkan perbedaan pandangan, orang, prosedur, atau bahkan perbedaan benda. Jenis penelitian komparatif dalam penelitian ini merupakan Perbedaan Persepsi Kepuasan Konsumen Dalam Pembelian Tiket Di PT Kereta Api Indonesia Daop 9 Jember (Study Kasus Pada Konsumen Melalui Antrian Di Loket Dan Melalui Mesin E-Kiosk). Pengumpulan data menggunakan metode angket, observasi, wawancara dan dokumen. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji T-test.

3.2 Lokasi Penelitian

Penentuan lokasi dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive area* yaitu penentuan lokasi penelitian berdasarkan kesengajaan dan pertimbangan sesuai tujuan dalam penelitian. Penelitian ini dilakukan di PT Kereta Api Daop 9 Jember. Adapun alasan peneliti memilih PT Kereta Api Daop 9 Jember sebagai lokasi penelitian yaitu:

- a. Meningkatnya jumlah penumpang yang menggunakan jasa transportasi kereta api.
- b. Terdapat mesin *E-Kiosk* yang merupakan salah satu pelayanan bagi penumpang yang hendak memesan tiket kereta api.
- c. Memudahkan peneliti dalam melakukan penelitian.

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

3.3.1 Populasi Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian tiket kereta api melalui antrian di loket dan melalui mesin e-kiosk di PT Kereta Api Daop 9 Jember.

3.3.2 Sampel Penelitian

Metode pengambilan sampel menggunakan *Accidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu pembeli tiket kereta api yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti.

Pengambilan sampel berdasarkan kriteria – kriteria sebagai berikut:

1. Responden telah berusia > 17 tahun, karena dapat mengisi kuesioner dengan benar. Apabila responden mengisi dengan benar maka akan diperoleh data penelitian yang akurat dan benar.
2. Responden yang telah melakukan pembelian tiket kereta api melalui antrian di loket dan melalui mesin e-kiosk.

Untuk menentukan besarnya sampel dalam penelitian ini mengacu pada pendapat Roscoe (dalam Amirullah, 2013:83) yakni besar sampel berkisar antara 30 sampai 500. Maka ditentukan jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 30 responden.

3.4 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel penelitian dijelaskan sebagai berikut.

1. Kemudahan dalam memperoleh
Persepsi konsumen dalam memperoleh tiket kereta api tergantung dari jasa yang ditawarkan oleh produsen. Persepsi konsumen dalam hal ini meliputi :
 - a. Lokasi perusahaan yang strategis sehingga memudahkan konsumen untuk datang membeli tiket melalui antrian loket dan melalui mesin e-kiosk.
 - b. Kemudahan dalam memperoleh tiket melalui antrian di loket dan melalui mesin e-kiosk.

- c. Tersedia pelayanan yang baik sehingga konsumen akan merasa senang dan mendapatkan apa yang mereka butuhkan.

2. Persepsi Minat Pembelian Ulang

Konsumen setelah merasa dirinya puas ,akan membentuk sebuah persepsi untuk melakukan pembelian ulang. Timbulnya persepsi tersebut akan memberikan nilai yang positif dan memungkinkan konsumen menggunakan jasa pembelian tiket kereta api kembali.

3. Persepsi Kesiediaan untuk merekomendasi

Persepsi konsumen dalam hal ini yaitu bersedia untuk merekomendasikan jasa kepada teman atau keluarganya. Ukuran yang penting untuk dianalisis dan ditindak, meliputi :

- a. Menyarankan teman atau kerabat untuk memanfaatkan jasa yang ditawarkan karena pelayanan pembelian tiket kereta api melalui antrian di loket maupun melalui mesin e-kiosk yang memuaskan.
- b. Menyarankan teman atau kerabat untuk memanfaatkan jasa yang ditawarkan karena fasilitas pelayanan pembelian tiket yang memadai.

3.5 Jenis dan Sumber Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data kuantitatif dan kualitatif. Data kuantitatif adalah data yang dapat diketahui dengan menggunakan angka-angka, data kuantitatif berupa jawaban kuesioner yang di lakukan peneliti kepada informan. Data kualitatif dari penelitian ini berupa hasil wawancara dan observasi ke tempat penelitian. Sumber data dalam penelitian ini meliputi data primer dan sekunder. Data primer didapatkan langsung dari konsumen tiket melalui pengisian kuesioner sedangkan data sekunder didapatkan dari dokumen di PT KAI Daop 9 Jember.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Teknik yang dibutuhkan peneliti dalam melakukan pengumpulan data yaitu sebagai berikut :

a. Metode Angket (Kuesioner)

Angket yang digunakan adalah angket tertutup, dimana responden dapat memilih jawaban yang sudah disediakan oleh peneliti. Metode angket ini digunakan untuk mengetahui data primer. Adapun informasi yang hendak diperoleh dari penyebaran angket tersebut yaitu mengenai perbedaan persepsi kepuasan tiket kereta api melalui antrian di loket maupun melalui mesin e-kiosk di PT Kereta Api Daop 9 Jember.

b. Metode Observasi

Metode observasi dilakukan melalui pengamatan langsung aktivitas yang dilakukan pembeli saat melakukan pemesanan/pembelian tiket melalui antrian di loket maupun melalui mesin e-kiosk. Data yang didapatkan akan menjadi penunjang data primer yang telah diperoleh.

c. Metode Wawancara

Metode wawancara digunakan untuk mendukung jawaban yang disampaikan responden setelah melakukan kuesioner. Tujuannya untuk mendapatkan keterangan tambahan dan untuk melengkapi data-data yang dibutuhkan peneliti. Adapun informasi yang hendak diperoleh dari wawancara tersebut yaitu mengenai perbedaan persepsi kepuasan tiket kereta api melalui antrian di loket maupun melalui mesin e-kiosk di PT Kereta Api Daop 9 Jember.

d. Metode Dokumen

Metode dokumen digunakan untuk memperoleh data-data sekunder seperti gambaran umum tentang PT Kereta Api Daop 9 Jember dan jumlah konsumen yang melakukan pembelian tiket kereta api melalui antrian di loket maupun melalui mesin e-kiosk. Data-data yang diperlukan dapat membantu dalam penelitian ini.

3.7 Metode Pengolahan Data

Metode pengolahan data dilakukan setelah semua data yang dibutuhkan terkumpul, selanjutnya dilakukan pengolahan data. Tahap-tahap dari pengolahan data yakni sebagai berikut:

3.7.1 Editing

Proses editing dilakukan apabila masih ada keraguan dari jawaban responden. Tujuan dilakukannya editing adalah untuk memperbaiki kualitas dari data itu sendiri dan untuk menghilangkan keraguan dari data tersebut. Beberapa hal yang harus diteliti dalam proses ini adalah lengkap tidaknya jawaban dari responden, jelas atau tidak makna jawabannya, keterbacaan tulisan responden, kesesuaian jawaban dari responden, relevansi jawaban responden.

3.7.2 Skorsing

Skorsing merupakan kegiatan pemberian skor terhadap data yang telah disebarkan kepada responden berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan. Skoring dilakukan apabila data yang diisi oleh responden sudah lengkap dan dapat dipertanggungjawabkan. Skoring adalah kegiatan memberikan skor atau nilai terhadap data yang telah terkumpul berdasarkan kriteria yang sudah ditetapkan. Jadi skoring merupakan pemberian skor yang berupa angka untuk setiap pertanyaan dari setiap variabel yang ada pada angket tersebut. Pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala untuk angket tertutup, masing-masing jawaban diberi skor:

- a. Jawaban a diberi skor 3
- b. Jawaban b diberi skor 2
- c. Jawaban c diberi skor 1

3.7.3 Tabulasi

Tabulasi merupakan proses pengolahan data yang dilakukan dengan cara memasukkan data ke dalam tabel. Dapat dikatakan bahwa tabulasi data adalah penyajian data dalam bentuk tabel atau daftar untuk memudahkan dalam

pengamatan dan evaluasi. Hasil tabulasi data ini dapat menjadi gambaran tentang hasil penelitian, karena data-data yang diperoleh dari lapangan sudah tersusun dan terangkum dalam tabel-tabel yang mudah dipahami maknanya. Dan selanjutnya data tersebut akan siap untuk dianalisis

3.8 Uji Instrumen Penelitian

3.8.1 Uji Validitas

Validitas merupakan ukuran untuk memperoleh suatu kebenaran dan keabsahan instrument. Instrument di anggap valid apabila mampu memperoleh data yang tetap dari variabel yang akan di teliti. Uji validitas dilakukan pada saat sebelum melakukan penelitian, peneliti terlebih dulu menguji apakah angket yang akan disebar layak atau tidak untuk dibagikan kepada responden.

Untuk menghitungnya uji validitas dengan rumus :

$$r_{xy} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X) \sum Y}{\sqrt{n \sum X^2 - \sum X^2} [n \sum Y^2 - \sum Y^2]}$$

(Arikunto, 2006:170)

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi variabel X dan Y

N = Jumlah responden

$\sum X$ = Jumlah skor butir soal

$\sum Y$ = Jumlah skor total soal

$\sum X^2$ = Jumlah skor kuadrat butir soal

$\sum Y^2$ = Jumlah skor total kuadrat butir soal

Kriteria Pengujian :

- Dikatakan valid , jika $r_{hitung} >$ dari r_{tabel} pada derajat bebas n-k dengan taraf signifikan 5%.
- Dikatakan tidak valid, jika $r_{hitung} <$ dari r_{tabel} pada derajat bebas n-k dengan taraf signifikan 5%.

3.8.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas yakni ukuran untuk menunjukkan instrument sudah cukup dapat di percaya untuk mengumpulkan suatu datadan harus memberikan hasil yang tepat. Untuk mengetahui apakah alat ukur yang digunakan sudah dapat diandalkan dan tetap konsisten maka dilakukan uji reliabilitas. Suatu instrument dikatakan reliabel apabila konstanta mempunyai ketetapan hasil pengukuran sehingga terbukti bahwa alat ukur itu benar-benar dapat dipertanggung jawabkan. Penelitian ini menggunakan metode Cronbach's Alpha berdasarkan skala likert.

Rumus metode Cronbach's Alpha yaitu:

$$r_{11} = \frac{k}{(k-1)} \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma^2 t} \right)$$

(Arikunto, 2006:196)

Keterangan :

r_{11} = Koefisien reliabilitas instrument

k = Banyaknya butir skala

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varian butir

$\sigma^2 t$ = Varian skor total

Perhitungan uji reliabilitas skala diterima, jika hasil perhitungan $r_{hitung} > r_{tabel}$ 5%.

3.9 Metode Analisis Data

Untuk pembuktian hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji T-test. Alasan peneliti menggunakan uji T-test dalam menganalisis data yaitu menurut (Sugiyono, 2008:68) digunakan untuk menguji apakah suatu nilai tertentu yang diberikan sebagai pembanding berbeda secara nyata atautidak dengan rata-rata sebuah sampel. Adapun uji T-test yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan *Independent Sample T-Test* dengan rumus uji t adalah sebagai berikut:

Rumus Uji T-test :

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{(n_1 - 1)S_1^2 + (n_2 - 1)S_2^2}{n_1 + n_2 - 2} \left(\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2} \right)}}$$

(Sunyoto, 2011:84)

Keterangan :

\bar{x}_1 : rata – rata membeli tiket melalui mesin e-kiosk

\bar{x}_2 : rata – rata membeli tiket melalui antrian di loket

n_1 : jumlah sampel membeli tiket melalui mesin e-kiosk

n_2 : jumlah sampel membeli tiket melalui antrian di loket

s_1^2 : deviasi standart membeli tiket melalui mesin e-kiosk

s_2^2 : deviasi standart membeli tiket melalui antrian di loket

Untuk menguji signifikan T-test dengan membandingkannya dengan t tabel pada taraf signifikan 5%, dengan ketentuan:

$t_{hit} > t_{tabel}$ maka H_a diterima dan H_o ditolak

$t_{hit} < t_{tabel}$ maka H_a ditolak dan H_o diterima

H_a = ada perbedaan yang signifikan antara kepuasan konsumen tiket kereta api melalui antrian di loket dan melalui mesin e-kiosk pada PT Kereta Api Daop 9 Jember

H_o = tidak ada perbedaan yang signifikan antara kepuasan konsumen tiket kereta api melalui antrian di loket dan melalui mesin e-kiosk pada PT Kereta Api Daop 9 Jember

BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebagai tindak lanjut penelitian yang telah dilakukan, data-data yang diperoleh dalam penelitian ini perlu dianalisis dan dibahas sehingga dapat membuahkan hasil penelitian dan menjelaskam hal-hal yang ingin dijelaskan. Beberapa hal yang berkaitan dengan hasil penelitian akan disajikan lebih lanjut dalam pembahasan di bawah ini.

4.1 Data Pelengkap

4.1.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Lokasi dalam penelitian ini di Stasiun Kereta Api Daop 9 Jember yang terletak di Jl. Wijaya Kusuma Kabupaten Jember. Alasan memilih lokasi ini, karena penelitian ini membedakan persepsi kepuasan konsumen yang pernah membeli tiket melalui antrian di loket dan melalui mesin e-kiosk, dimana keduanya letaknya berdekatan. Selain itu, stasiun kereta api daop 9 jember ini letaknya strategis yaitu dekat dengan kampus dan alun – alun jember, sehingga menjadi sasaran konsumen untuk menikmati fasilitas angkutan kereta api.

4.1.2 Sejarah Singkat Kereta Api Indonesia Daop 9 Jember

Terhitung sejak tanggal 13 Desember 1957, berdasarkan UU nomor 56 tahun 1957 semua perusahaan kereta api milik swasta menjadi milik pemerintahan RI. Pengoperasian kereta api selama dipegang oleh Djawatan Kereta Api (DKA) menghadapi masalah – masalah yang demikian berat, berupa kemunduran kondisi jalan, persediaan alat – alat penambat rel yang makin kurang angkutan yang harus ditampung kereta api semakin besar dan lain – lain. Dalam rangka penertiban itu pemerintah mengeluarkan UU nomor 19 tahun 1960. Berdasarkan UU ini dengan peraturan pemerintah nomor 22 tahun 1963 maka tanggal 25 Mei 1962 DKA dilebur dan pelaksanaannya baru dimulai tanggal 1 Januari 1965.

Dengan ditetapkannya UU No 9 Tahun 1969 tanggal 1 Agustus 1969 dan peraturan pemerintah No 6 Tahun 1971, dimana PNKA diubah menjadi perusahaan jawatan dengan nama Perusahaan Jawatan Kereta Api (PJKA) Namun

peraturan dalam rangka penetapannya baru dapat dituangkan dengan Surat Keputusan Menteri Perhubungan Republik Indonesia No.KM 75/U PHB-75 tanggal 17 Maret 1975 perihal kedudukan tugas pokok, susunan organisasi, dan tata kerja Perusahaan Jawatan Kereta Api (PJKA). Kemudian dalam perkembangannya diubah lagi menjadi Perusahaan Umum Kereta Api (Perumka), maka dipersiapkan struktur organisasi yang sesuai dengan bentuk baru perusahaan dari PJKA menjadi PERUMKA. Dengan dikeluarkannya Surat Keputusan Menteri Perhubungan No.425 Tahun 1989, maka sejak tanggal 1 Juli 1989 maka berlaku struktur organisasi yang baru dimana perusahaan ini terbagi atas beberapa KAWILU (Kepala Wilayah Usaha) yang terbagi lagi menjadi beberapa daerah operasi.

Pada tahun 1990, pemerintah Indonesia mengeluarkan peraturan pemerintah nomor 57 Tahun 1990. Tanggal 30 Oktober 1990, dimana Perusahaan Jawatan Kereta Api (PJKA) diubah menjadi PERUMKA. Dalam masa perubahan itu PERUMKA semakin membaik dan berkembang pesat, sehingga berdasarkan Keputusan Presiden Nomor 39 Tahun 1999, tanggal 17 Mei 1999 PERUMKA berubah statusnya menjadi Persero dengan nama PT. Kereta Api Indonesia (Persero).

4.2 Data Utama Gambaran Umum Responden

Gambaran umum responden merupakan data utama dari penelitian ini. Data utama adalah data-data yang diperoleh dari pengisian kuesioner oleh responden, meliputi gambaran umum responden berdasarkan umur

4.2.1 Karakteristik responden penelitian berdasarkan umur

Berdasarkan Kuesioner yang telah disebar kepada konsumen PT Kereta Api Daop 9 Jember yang menjadi responden dalam penelitian ini dapat diklasifikasi berdasarkan umur adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1 Klasifikasi umur responden

No.	Umur	Jumlah	Prosentase
1	17 – 25	12	20%
2	26 - 35	9	15%
3	36 – 45	5	10%
4	46 – 55	12	20%
5	56 – 65	21	35%
Jumlah		60	100%

Sumber: *Data Primer Diolah (2017)*

Berdasarkan tabel 4.1 dapat diketahui bahwa kelompok usia 56-65 tahun memiliki jumlah prosentase terbanyak, sebesar 35% atau sebanyak 21 responden. Hal ini menunjukkan bahwa responden atau konsumen pada usia tersebut mendominasi dalam menggunakan jasa pembelian tiket kereta api melalui antrian di loket dan melalui mesin e-kiosk, dikarenakan pada usia masyarakat pada usia lanjut menggunakan alat transportasi yang nyaman digunakan oleh mereka. Dan berdasarkan penelitian yang dilakukan, sarana transportasi kereta api merupakan salah satu sarana transportasi yang sangat nyaman digunakan oleh masyarakat pada usia lanjut daripada menggunakan sarana seperti bus maupun travel.

4.3 Uji Instrumen Penelitian

Uji instrumen penelitian dalam penelitian ini meliputi uji validitas dan uji reliabilitas.

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui dan mengukur tingkat kevalidan dari pertanyaan kuesioner atau angket. Uji validitas angket pada penelitian ini menggunakan korelasi product moment, yaitu dengan cara mengkorelasikan tiap pertanyaan dengan skor total, kemudian hasil korelasi tersebut dibandingkan dengan angka kritis taraf signifikan $< 0,05$ dan r_{tabel} pada $n=30$ sebesar 0,361. Adapun hasil pengujian dari uji validitas, yakni:

Tabel 4.2 Hasil uji validitas

Tiket Kereta Api	Item Pertanyaan	Pearson Correlation	r tabel	Signifikansi	Σ	Kesimpulan
Mesin e-kiosk	X2.1	0,759	0,361	0,000	0,05	Valid
	X2.2	0,558		0,000		Valid
	X2.3	0,749		0,000		Valid
	X2.4	0,791		0,000		Valid
	X2.5	0,649	0,361	0,000	0,05	Valid
	X2.6	0,749		0,000		Valid
	X2.7	0,661		0,000		Valid
	X2.8	0,869		0,000		Valid
Antrian loket	X1.1	0,597	0,361	0,000	0,05	Valid
	X1.2	0,902		0,000		Valid
	X1.3	0,892		0,000		Valid
	X1.4	0,856		0,000		Valid
	X1.5	0,897	0,361	0,000	0,05	Valid
	X1.6	0,939		0,000		Valid
	X1.7	0,927		0,000		Valid
	X1.8	0,918		0,000		Valid

Sumber: Data Primer Diolah (2017)

Berdasarkan tabel 4.3 mengenai hasil uji validitas, diketahui bahwa semua item pertanyaan yang sudah dilakukan pengujian menunjukkan data yang valid. Dengan persyaratan sig. < 0,05 dan Pearson Correlation > r tabel = 0,361. Jadi

dengan demikian seluruh item pertanyaan dalam kuesioner atau angket dapat digunakan dan dipercaya sebagai data penelitian ini.

b. Uji Reliabilitas

Untuk menguji reliabilitas dilakukan dengan metode *Cronbach's Alpha*. Pada uji reliabilitas akan menunjukkan hubungan antara jumlah butir pertanyaan dengan reliabilitas instrument. Dengan melakukan perbandingan antara angka kritis dan tabel alpha.

Tabel 4.3 Hubungan Jumlah Item Pertanyaan dengan Reliabilitas

No.	Jumlah item pertanyaan	Reliabilitas
1	5	0,20
2	10	0,33
3	20	0,50
4	40	0,67
5	80	0,80

Sumber : Sugiono (2008:107)

Dalam penelitian ini angka kritis reliabilitas yang dipakai adalah 0,20 karena jumlah butir pertanyaan melebihi 5 pertanyaan dan kurang dari 10 pertanyaan. Adapun hasil pengujian reliabilitas selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4.4 Hasil uji reliabilitas

Pemesanan Tiket Kereta Api	Item pertanyaan	Cronbach Alpha	Cut of Value	Keterangan
Mesin e-kiosk	X2.1	0,848	0,20	Reliabel
	X2.2	0,858		Reliabel
	X2.3	0,841		Reliabel
	X2.4	0,834		Reliabel
	X2.5	0,856		Reliabel
	X2.6	0,838		Reliabel

Pemesanan Tiket Kereta Api	Item pertanyaan	Cronbach Alpha	Cut of Value	Keterangan
	X2.7	0,848		Reliabel
	X2.8	0,817		Reliabel
Antrian Loket	X1.1	0,966	0,20	Reliabel
	X1.2	0,941		Reliabel
	X1.3	0,942		Reliabel
	X1.4	0,945		Reliabel
	X1.5	0,942		Reliabel
	X1.6	0,938		Reliabel
	X1.7	0,939		Reliabel
	X1.8	0,940		Reliabel

Sumber: Data Primer Diolah (2017)

Berdasarkan dari hasil perhitungan di atas, diketahui bahwa nilai construct reliability untuk semua konstruk berada diatas 0,20. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh konstruk yang digunakan dalam penelitian ini memiliki reliabilitas yang baik.

4.4 Hasil Analisis Data

4.4.1 Uji T-test

Pengujian statistik dalam penelitian ini menggunakan uji T-test untuk mengetahui perbedaan persepsi konsumen terhadap pembelian tiket melalui mesin e-kiosk dan melalui antrian loket. Dari hasil analisis dapat diinterpretasikan masing-masing hasil uji beda terhadap indikator kemudahan dalam memperoleh tiket, minat pembelian ulang, dan kesediaan untuk merekomendasikan. Uji T-test dilakukan dengan membandingkan nilai t_{hit} dengan nilai t_{tab} . Untuk mencari t_{tab}

adalah dengan memperhatikan nilai df yang diperoleh dari perhitungan $n-2= 30-2 = 28$, sehingga diperoleh nilai dari t_{tab} dengan taraf signifikansi 5% sebesar 2,048. Uji T-test secara rinci disajikan sebagai berikut.

Tabel 4.5 Rekapitulasi nilai rata-rata kemudahan memperoleh tiket

Aspek	N	Total skor Mesin e-kiosk	Total Skor Antrian Loket
-Lokasi Tempat Pembelian	30	77	74
-Kemudahan dalam memperoleh	30	86	62
-Pelayanan Pembelian Tiket	30	87	65
Total	30	250	201
Rata-rata	8,33		6.7

Tabel 4.6 Pengujian Uji T-test (Kemudahan dalam Memperoleh Tiket Kereta Api)

Rata-rata		Beda Rata-rata	t hitung	T tabel	P
Mesin e-kiosk	Antrian Loket				
8,3333	6,7000	1,6333	4,001	2,048	0,000

Sumber: Lampiran 6

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui dari hasil pengujian perbedaan persepsi konsumen terhadap pembelian tiket e-kiosk dan antrian loket dilihat dari kemudahan dalam memperoleh tiket ditemukan perbedaan secara signifikan. Dari analisis data dapat diketahui bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya ada perbedaan yang signifikan antara persepsi konsumen terhadap pembelian tiket e-kiosk dan antrian loket dilihat dari kemudahan memperoleh tiket. Hal ini diperoleh nilai $t_{hit} \geq t_{tab}$ ($4,001 > 2,048$) dan $\alpha = 0,05 > sig = 0,000$ sehingga dapat

disimpulkan bahwa pada aspek ini memiliki perbedaan yang signifikan antara pemesanan tiket melalui mesin e-kiosk dan antrian loket.

Untuk uji beda minat pembelian ulang tiket kereta api melalui mesin e-kiosk dan melalui antrian loket dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 4.7 Rekapitulasi nilai rata-rata indikator minat pembelian ulang

Aspek	N	Total skor Mesin e-kios	Total Skor Antrian Loket
-Kembali menggunakan jasa Kereta Api	30	86	73
-Niat membeli kembali	30	83	66
Total	30	169	139
Rata-rata	5,63		4,63

Tabel 4.8 Pengujian Uji T-test (Minat Pembelian Ulang Tiket Kereta Api)

Rata-rata		Beda Rata-rata	t hitung	T tabel	P
Mesin e-kiosk	Antrian loket				
5,6333	4,6333	1,0000	3,633	2,048	0,000

Sumber: Lampiran 6

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui dari hasil pengujian perbedaan persepsi konsumen terhadap pembelian tiket mesin e-kiosk dan antrian loket dilihat dari minat pembelian ulang tiket kereta api ditemukan perbedaan secara signifikan. Dari hasil analisis data dapat diketahui bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya ada perbedaan yang signifikan antara persepsi konsumen terhadap pembelian tiket melalui mesin e-kiosk dan antrian loket dilihat dari minat pembelian ulang tiket kereta api. Hal ini diperoleh nilai $t_{hit} \geq t_{tab}$ ($3,633 > 2,048$) dan $\alpha = 0,05 > sig = 0,000$ sehingga dapat disimpulkan bahwa pada aspek ini

memiliki perbedaan yang signifikan antara pemesanan tiket melalui mesin e-kiosk dan melalui antrian loket.

Untuk uji beda kesediaan untuk merekomendasikan tiket kereta api melalui mesin e-kiosk dan melalui antrian loket dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 4.8 Rekapitulasi nilai rata-rata indikator merekomendasikan tiket kereta api

Aspek	N	Total skor Mesin e-kios	Total Skor Antrian Loket
-Memberitahukan tentang pelayanan pembelian tiket	30	85	63
-Mengajak agar membeli tiket	30	84	64
-Mereferensikan untuk membeli tiket	30	82	64
Total	30	251	191
Rata-rata	8,36		6,36

4.9 Pengujian Uji T-test (Kesediaan untuk Merekomendasikan Tiket Kereta Api)

Rata-rata		Beda Rata-rata	t hitung	T tabel	P
Mesin e- kiosk	Antrian loket				
8,3667	6,3667	2,0000	4,499	2,048	0,000

Sumber: Lampiran 6

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui dari hasil pengujian perbedaan persepsi konsumen terhadap pembelian tiket melalui mesin e-kiosk dan antrian loket dilihat dari kesediaan untuk merekomendasikan tiket kereta api ditemukan perbedaan secara signifikan. Dari analisis data yang dilakukan dapat diketahui bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya ada perbedaan yang signifikan antara persepsi konsumen terhadap pembelian tiket melalui mesin e-kiosk dan

antrian loket dilihat dari kesediaan untuk merekomendasikan tiket kereta api. Hal ini diperoleh nilai $t_{hit} \geq t_{tab}$ ($4,499 > 2,048$) dan $\alpha = 0,05 > sig = 0,000$ sehingga dapat disimpulkan bahwa pada aspek ini memiliki perbedaan yang signifikan antara pemesanan tiket melalui mesin e-kiosk dan antrian loket.

Untuk perbedaan persepsi kepuasan konsumen dalam membeli tiket kereta api melalui mesin e-kiosk dan antrian loket pada PT Kereta Api Indonesia Daop 9 Jember dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 4.10 Pengujian Uji T-test (Perbedaan Persepsi Kepuasan Konsumen dalam Membeli Tiket Kereta Api melalui Mesin e-kiosk dan Antrian loket)

Rata-rata		Beda Rata-rata	t hitung	T tabel	P
Mesin e-kiosk	Antrian loket				
22,3333	17,7000	4,6333	4,409	2,048	0,000

Sumber: Lampiran 6

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui dari hasil pengujian perbedaan persepsi konsumen terhadap pembelian tiket melalui mesin e-kiosk dan melalui antrian loket ditemukan perbedaan secara signifikan. Dari hasil analisis data yang dilakukan dapat diketahui bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya ada perbedaan yang signifikan antara persepsi konsumen terhadap pembelian tiket melalui mesin e-kiosk dan melalui antrian loket pada PT Kereta Api Indonesia Daop 9 Jember. Dengan demikian hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa ada perbedaan yang signifikan antara kepuasan konsumen yang membeli tiket kereta api melalui mesin e-kiosk dengan tiket kereta api melalui antrian loket pada PT Kereta Api Indonesia Daop 9 Jember diterima. Hal ini diperoleh nilai $t_{hit} \geq t_{tab}$ ($4,409 > 2,048$) dan $\alpha = 0,05 > sig = 0,000$ sehingga dapat disimpulkan bahwa pada aspek ini memiliki perbedaan yang signifikan antara pemesanan tiket melalui mesin e-kiosk dan melalui antrian loket.

4.5 Pembahasan

Berdasarkan hasil uji T-test diketahui bahwa ada perbedaan yang signifikan antara antara kepuasan konsumen yang membeli tiket kereta api melalui mesin e-kiosk dan melalui antrian loket pada PT Kereta Api Indonesia Daop 9 Jember. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa persepsi kepuasan konsumen pada PT Kereta Api Indonesia Daop 9 Jember dapat dilihat dari kemudahan dalam membeli tiket, minat untuk melakukan pembelian ulang tiket kereta api, dan kesediaan untuk merekomendasikan kepada orang lain.

Berdasarkan hasil angket yang telah disebar kepada responden yang membeli tiket melalui antrian di loket dan melalui mesin e-kiosk. Responden yang membeli tiket melalui antrian di loket mengatakan bahwa pembelian tiket melalui antrian di loket harus datang ke stasiun dan harus mengantri lama. sedangkan jika pembelian melalui mesin e-kiosk sangat mudah didapat tanpa perlu antri berlama-lama. Akan tetapi tidak sedikit dari reponden yang lebih memilih untuk melakukan pembelian tiket kereta api melalui antrian loket dikarenakan jarak tempuh kereta jarak pendek, sehingga lebih mudah membeli tiket langsung di loket stasiun sebelum kereta berangkat seperti pada kereta ekonomi Pandanwangi jurusan Jember-Banyuwangi. Selain itu juga, konsumen jika ingin membeli tiket melalui mesin e-kiosk harus mengeluarkan biaya tambahan sebesar Rp.7500

Untuk indikator selanjutnya yaitu mengenai minat pembelian ulang kereta api. Berdasarkan penelitian yang dilakukan di lapangan, dapat diketahui bahwa terdapat sedikit perbedaan dalam melakukan pembelian tiket kereta api melalui mesin e-kiosk dan melalui antrian loket dilihat dari minat pembelian ulang tiket kereta api. Dalam hal ini para konsumen sedikit lebih diuntungkan dalam melakukan pembelian tiket mesin e-kiosk karena dapat dilakukan kapan saja selama 24 jam. Akan tetapi tidak menutup kemungkinan konsumen lebih memilih melalui antrian loket untuk mendapatkan informasi lebih lengkap mengenai kereta api yang akan dinaiki walaupun tidak dapat dilakukan setiap saat. Konsumen yang merasa puas

akan selalu tertarik untuk menggunakan jasa kereta api berulang kali. Hal ini sama dengan pendapat Swasta (2000:114) bahwa pembelian ulang merupakan pembelian yang pernah dilakukan oleh pembeli terhadap pembelian suatu jasa yang sama dan akan membeli lagi untuk kedua atau ketiga kalinya.

Dan indikator yang terakhir yaitu persepsi kesediaan untuk merekomendasikan tiket kereta api. Berdasarkan penelitian yang dilakukan di lapangan, dapat diketahui bahwa dengan pembelian tiket kereta api melalui mesin e-kiosk banyak memberikan keuntungan dan rasa puas kepada responden. Hal ini dikarenakan dengan pembelian tiket melalui antrian loket terbatas oleh waktu, sedangkan jika melalui mesin e-kiosk dapat dilakukan secara 24 jam. Oleh karena itulah banyak dari konsumen yang menjadi responden dalam penelitian ini yang merekomendasikan kepada keluarga atau kerabat untuk melakukan pembelian tiket kereta api melalui mesin e-kiosk. Hal ini juga tidak jauh berbeda dengan responden yang melakukan pembelian tiket kereta api melalui antrian loket, cukup banyak dari responden tersebut yang merekomendasikan kepada orang lain. Dan akan mereferensikan untuk membeli tiket kereta api melalui antrian loket kepada kerabat responden tersebut.

Faktor penting bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan adalah memuaskan kebutuhan konsumen. Konsumen yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung akan membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa tersebut. Apabila konsumen merasa puas, maka dia menunjukkan besarnya kemungkinan untuk kembali, Menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2006:194), konsumen yang merasa puas tidak hanya melakukan pembelian ulang atau pemakaian jasa kembali tetapi juga akan merekomendasikan atau menginformasikan apa yang mereka rasakan kepada orang lain. Konsumen yang puas adalah penyebar promosi dari mulut ke mulut yang baik.

Jadi berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa terdapat perbedaan persepsi kepuasan konsumen dalam membeli tiket kereta

api melalui mesin e-kiosk dan melalui antrian loket pada PT Kereta Api Indonesia Daop 9 Jember. Dimana dari hasil penelitian persepsi kepuasan konsumen dalam membeli tiket kereta api melalui mesin e-kiosk lebih baik daripada persepsi kepuasan konsumen dalam membeli tiket kereta api melalui antrian loket.



BAB 5. PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan dapat diambil beberapa kesimpulan diantaranya yaitu :

Persepsi kepuasan konsumen dalam membeli tiket kereta api melalui mesin e-kiosk lebih baik dari pada persepsi kepuasan konsumen dalam membeli tiket kereta api melalui antrian loket. Pembelian tiket melalui antrian di loket harus datang ke stasiun dan harus mengantri lama. Sedangkan untuk pembelian tiket melalui mesin e-kiosk tidak perlu mengantri berlama-lama karena proses pembelian tiketnya sangat cepat. Dan untuk mengenai minat pembelian ulang tiket kereta api serta merekomendasikannya, para pembeli tiket kereta api melalui mesin e-kiosk sedikit lebih diuntungkan dalam melakukan pembelian tiket. Mesin e-kiosk dapat dilakukan kapan saja selama 24 jam. Akan tetapi tidak menutup kemungkinan konsumen lebih memilih melalui antrian loket untuk mendapatkan informasi lebih lengkap mengenai kereta api yang akan dinaiki walaupun tidak dapat dilakukan setiap saat.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan yang diperoleh, maka diajukan beberapa saran sebagai berikut:

Bagi PT Kereta Api Daop 9 Jember:

- a. Sebaiknya di tambahkan loket pelayanan pembelian tiket kereta api melalui antrian loket.
- b. Sebaiknya lebih di percepat dalam menangani pembelian tiket kereta api.

Bagi Pelanggan

Lebih mempertimbangkan kekurangan dan resiko dalam pembelian tiket kereta api melalui antrian loket dan melalui mesin e-kiosk.

DAFTAR BACAAN

Buku

Amirullah. 2013. *Metodologi Penelitian Manajemen*. Malang: Bayumedia.

Alma, Buchari, 2000. *Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta

Arikunto, S. 2006. *Prosedur Penelitian Pendekatan Suatu Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.

Basu Swastha, 2000. *Pengantar Bisnis Modern, Pengantar Bisnis Modern*, Jakarta:Liberty.

Kotler, P. 2000. *Manajemen Pemasaran (Edisi Milinium)*. Jakarta : Prehalindo.

_____. 1997. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid 11. Jakarta : Prehallindo.

Kotler, P dan Amstrong. G. 2004. *Dasar – dasar pemasaran*. Edisi 12. Jakarta : Indeks

Kotler, P dan Amstrong. G. 2008. *Pinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta : Erlangga.

Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jakarta : Erlangga

Kotler, P dan Susanto. 2000. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Jakarta : Salemba Empat.

Kotler, Philip, dan Susanto, A.B. 2001. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*.

Jakarta : Salemba Empat.

Kotler dan Keller, 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT.Indeks.

Kotler, P dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. Surakarta: PT Pabelan.

Lupiyoadi R dan Hamdani A. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat.

Moenir, H. A. S. 2001. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara.

Sugiono. 2008. *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: CV. Alfabeta.

Sunyoto, D. 2011. *Analisis Regresi dan Uji Hipotesis*. Yogyakarta: CAP

Tjiptono, F. 2001. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi Offset

_____. 2002. *Pemasaran jasa*. Yogyakarta : Andi Offset.

Tjiptono,F. 2004. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset

_____. 2005. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi Offset

Tjiptono, F. 2008, *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi Offset

William J. & Stanton. 2009. *Prinsip Pemasaran*. Jakarta:Erlangga

Yazid. 2008. *Pemasaran Jasa (Konsep Dan Implementasi)*. Yogyakarta : Ekonisia

Skripsi

Septianita, Winda. 2014. Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, Kualitas Pelayanan Rail Ticketing System (RTS) Terhadap Kepuasan Pengguna (Studi Empiris Pada PT.Kereta Api Indonesia Daop Jember)

Wasiun, R. 2015. Pengaruh Pelayanan Sistem Melalui mesin e-kiosk, Tarif, dan Publikasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Melalui mesin e-kiosk Tiket Kereta Api Relasi Semarang – Jakarta (Studi Kasus Pada PT.Kereta Api Indonesia DAOP IV Semarang Tawang). Skripsi. Universitas Diponegoro.

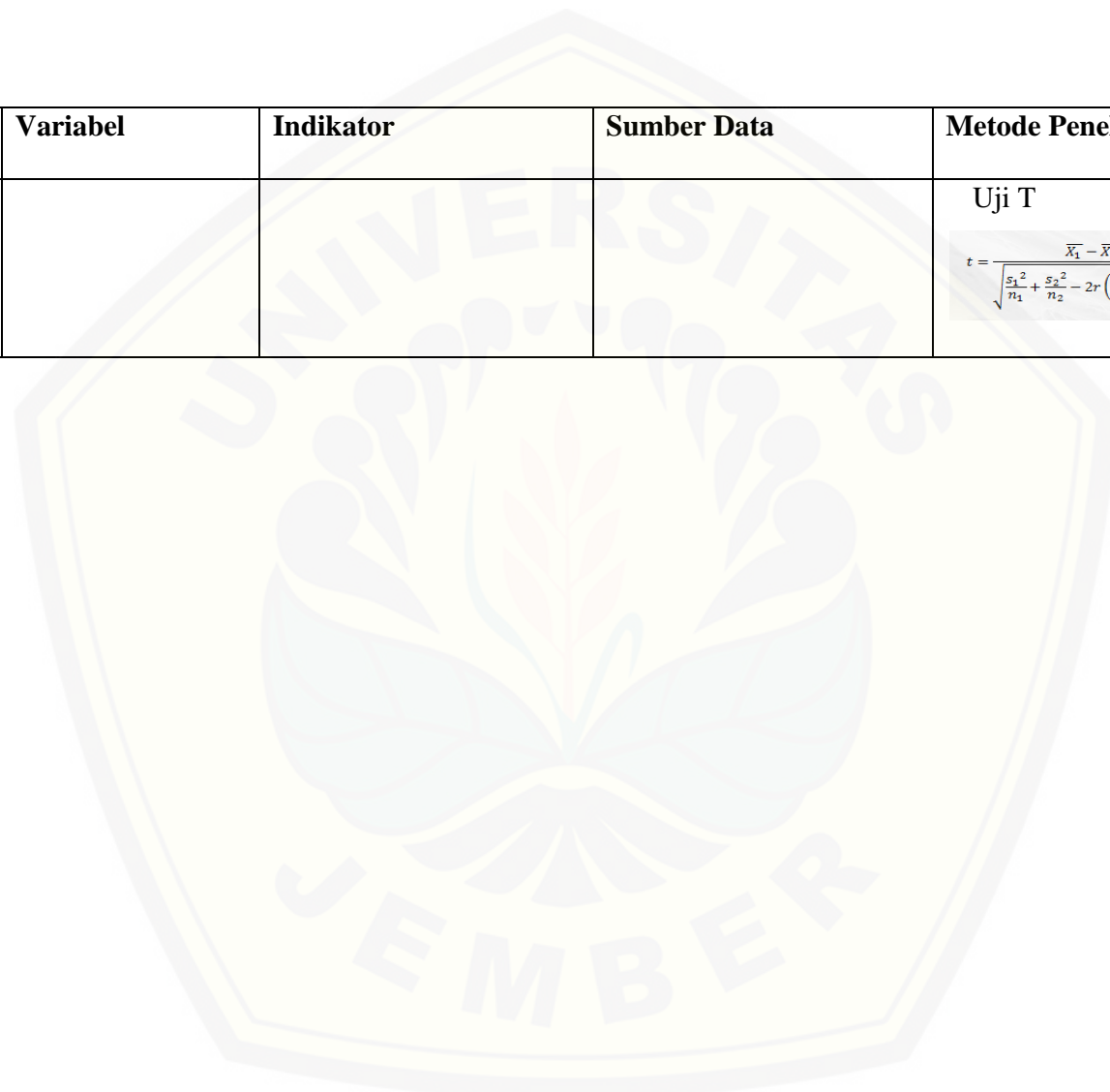
Internet

<http://ssbelajar.blogspot.com/2012/11/pengolahan-data-kuantitatif.html>

Lampiran 1.
Matrik Penelitian

Judul	Permasalahan	Variabel	Indikator	Sumber Data	Metode Penelitian	Hipotesis
Perbedaan Persepsi Kepuasan Konsumen Dalam Pembelian Tiket Di PT Kereta Api Daop 9 (Study Kasus Pada Konsumen Melalui Antrian Di Loket Dan	Apakah ada perbedaan yang signifikan antara persepsi kepuasan konsumen dalam membeli tiket kereta api melalui antrian loket dan melalui mesin e-kiosk Di PT Kereta Api Indonesia Daop 9 Jember?	a. Pembelian Tiket melalui antrian loket b. Pembelian Tiket melalui mesin e-kiosk	a. Kemudahan dalam memperoleh b. Minat Pembelian Ulang c. Ketersediaan untuk merekomendasi	a. Data primer berasal dari data responden yaitu para pembeli tiket kereta api melalui antrian loket maupun melalui mesin e-kiosk. b. Data sekunder yaitu dokumen di PT KAI Daop IX Jember.	a. Jenis penelitian: komparasi b. Metode penentuan jumlah responden menggunakan <i>Accidental sampling</i> . c. Metode pengumpulan data: angket, observasi, wawancara, dan dokumen. d. Metode pengolahan data: Editing, skoring, dan tabulasi. e. Metode analisis data	Ada perbedaan yang signifikan antara persepsi kepuasan konsumen dalam pembelian tiket kereta api melalui antrian loket dengan tiket kereta api

Judul	Permasalahan	Variabel	Indikator	Sumber Data	Metode Penelitian	Hipotesis
Melalui Mesin E-Kiosk)					Uji T $t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{s_1^2}{n_1} + \frac{s_2^2}{n_2} - 2r\left(\frac{s_1}{\sqrt{n_1}}\right)\left(\frac{s_2}{\sqrt{n_2}}\right)}}$	melalui mesin e-kiosk.



Lampiran 2.

TUNTUNAN PENELITIAN

1. Tuntunan Kuesioner/Angket

No.	Data yang ingin diraih	Sumber Data
1.	Identitas Responden	Konsumen PT Kereta Api Indonesia Daop 9 Jember
2.	Kepuasan pelanggan tiket kereta api melalui antrian loket.	Konsumen PT Kereta Api Indonesia Daop 9 Jember
3.	Kepuasan pelanggan tiket kereta api melalui mesin e-kiosk.	Konsumen PT Kereta Api Indonesia Daop 9 Jember

2. Tuntunan Observasi

No	Data yang diraih	Sumber data
1.	Kondisi PT Kereta Api Indonesia Daop 9 Jember	PT Kereta Api Indonesia Daop 9 Jember
2.	Aktivitas konsumen saat melakukan pembelian tiket kereta api melalui antrian loket	PT Kereta Api Indonesia Daop 9 Jember
3.	Aktivitas konsumen saat melakukan pembelian tiket kereta api melalui mesin e-kiosk	PT Kereta Api Indonesia Daop 9 Jember

3. Tuntunan Wawancara

No	Data yang ingin diraih	Sumber Data
1.	Kepuasan pelanggan tiket kereta api melalui antrian loket	Konsumen dan pihak PT Kereta Api Indonesia Daop 9 Jember
2.	Kepuasan pelanggan tiket kereta api melalui mesin e-kiosk	Konsumen dan pihak PT Kereta Api Indonesia Daop 9 Jember

4. Tuntunan Dokumen

No	Data yang ingin diraih	Sumber data
1.	Gambaran Umum	PT Kereta Api Indonesia Daop 9 Jember
2.	Jumlah Konsumen yang melakukan pembelian tiket melalui antrian loket dan melalui mesin e-kiosk	PT Kereta Api Indonesia Daop 9 Jember

Lampiran 3.

ANGKET PENELITIAN

Kepada

Yth. Saudara/I

.....

Di tempat

Dengan Hormat,

Dalam upaya menyelesaikan studi strata satu pada FKIP di Universitas Jember, peneliti bermaksud untuk menyusun skripsi sebagai salah satu pemenuhan syarat kelulusan jenjang S-1. Adapun judul skripsi yang akan peneliti susun adalah Perbedaan Persepsi Kepuasan Konsumen Dalam Pembelian Tiket Di PT Kereta Api Daop 9 Jember (Study Kasus Melalui antrian loket dan Melalui mesin e-kiosk Pada PT Kereta Api Daop 9 Jember

Berkaitan dengan hal tersebut, peneliti berharap kesediaan saudara/I untuk memberikan jawaban yang sejujurnya sesuai dengan pendapat dan keadaan yang sebenarnya, agar peneliti dapat memperoleh data yang akurat.

Atas kesediaan dan perhatian saudara/I serta kerjasamanya yang baik peneliti mengucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Ferlin Rosalina

DAFTAR PERTANYAAN

1. Petunjuk Pengisian

- a. Mohon pertanyaan-pertanyaan dibawah ini dijawab dengan sebenar-benarnya sesuai dengan kenyataan yang ada.
- b. Berilah tanda (X) pada alternatif jawaban (a, b, dan c) untuk pertanyaan pilihan ganda sesuai dengan pendapat saudara/I
- c. Apabila ada pertanyaan yang kurang jelas atau tidak dipahami dapat saudara tanyakan kepada peneliti

2. Data Responden

Nama :

Alamat :

.....

Jenis Kelamin :

Umur :

Pekerjaan :

DAFTAR PERTANYAAN

a. Persepsi Kemudahan dalam Memperoleh Tiket Kereta Api Melalui mesin e-kiosk

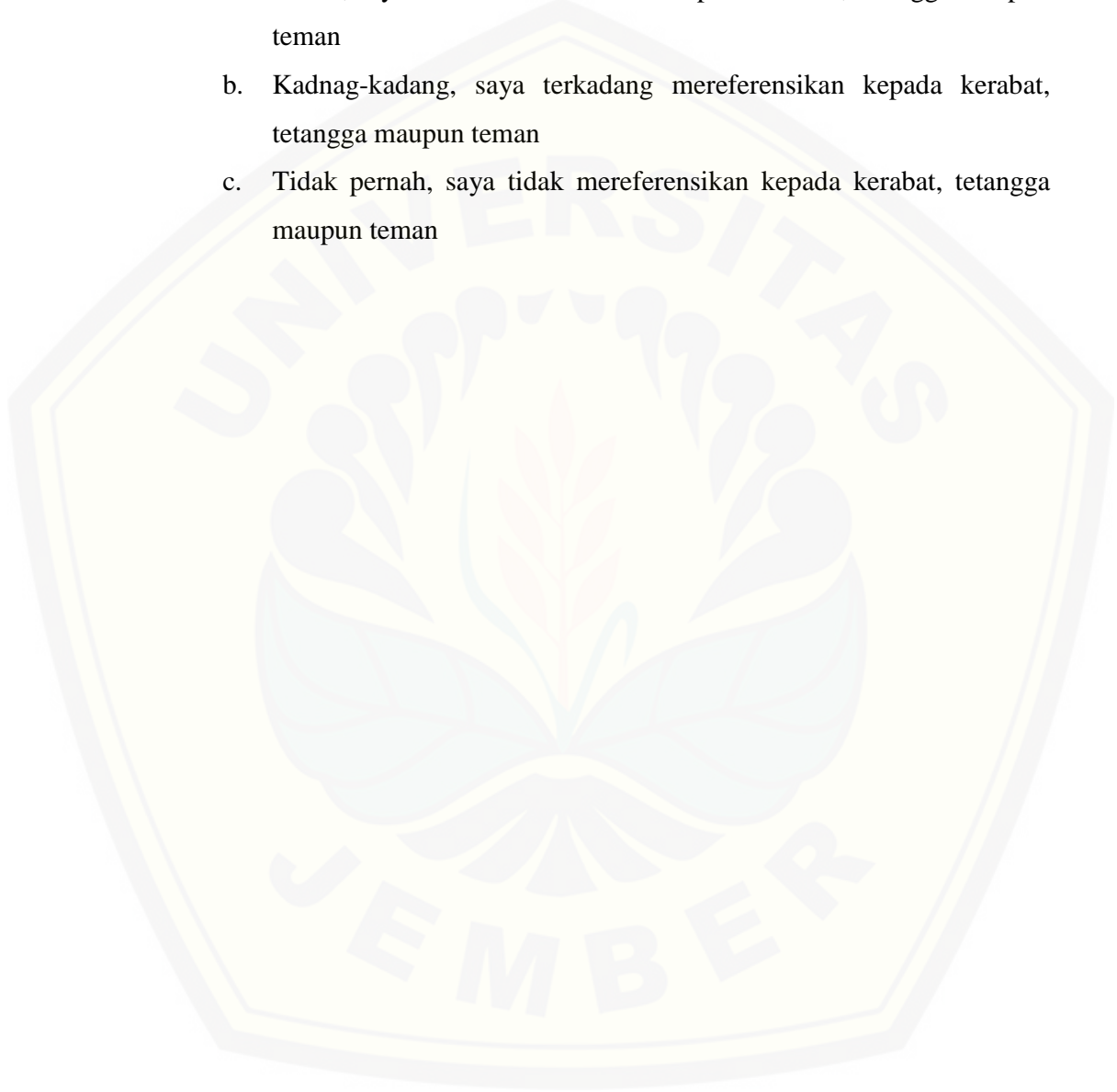
1. Apakah lokasi tempat pembelian tiket kereta api melalui mesin e-kiosk dekat dengan tempat tinggal anda?
 - a. Sangat dekat, lokasi pembelian tiket dekat dengan tempat tinggal saya, cukup dengan jalan kaki.
 - b. Cukup jauh, lokasi pembelian tiket cukup jauh dari tempat tinggal saya.
 - c. Jauh, lokasi pembelian tiket jauh dari tempat tinggal saya karena diperlukan waktu yang lama dan menggunakan kendaraan bermotor.
2. Apakah anda mendapatkan kemudahan dalam memperoleh tiket kereta api?
 - a. Selalu, tiket kereta api sangat mudah didapat serta dapat dengan mudah mengetahui tiket kereta api apa saja yang masih tersedia.
 - b. Kadang-kadang, karena terkadang terjadi gangguan internet dalam pemesanan tiket secara melalui mesin e-kiosk.
 - c. Tidak pernah, karena pembelian tiket kereta api membutuhkan waktu yang lama, karena saya kurang paham.
3. Apakah disini anda mendapatkan pelayanan pembelian tiket kereta api dengan baik?
 - a. Sangat baik, saya sangat mendapatkan pelayanan pembelian tiket dari PT kereta api dengan baik.
 - b. Cukup baik, pelayanan pembelian tiket kereta api dari PT kereta api cukup baik.
 - c. Kurang baik, pelayanan pembelian tiket kereta api dari PT kereta api kurang baik.

b. Persepsi Minat Pembelian Ulang Tiket Kereta Api Melalui mesin e-kiosk

1. Apakah anda akan kembali menggunakan jasa PT KAI Daop 9 Jember?

- a. Selalu, saya akan terus menggunakan jasa PT KAI Daop 9 Jember
 - b. Kadang-Kadang, saya akan mencoba menggunakan jasa transportasi dari perusahaan lain
 - c. Tidak pernah, saya tidak akan menggunakan jasa PT KAI Daop IX Jember
2. Apakah anda berniat untuk membeli kembali tiket kereta api melalui mesin e-kiosk di PT Kereta Api Daop 9 Jember?
 - a. Selalu, saya akan terus membeli tiket melalui mesin e-kiosk di PT Kereta Api Daop 9 Jember
 - b. Kadang-kadang, saya akan mencoba membeli tiket kereta api melalui antrian loket di PT Kereta Api Daop 9 Jember
 - c. Tidak pernah, saya tidak akan membeli tiket kereta api melalui antrian loket di PT Kereta Api Daop 9 Jember
- c. Persepsi Kesediaan untuk Merekomendasikan Tiket Melalui mesin e-kiosk**
1. Apakah anda memberitahukan kepada kerabat, tetangga maupun teman tentang pelayanan pembelian tiket Kereta Api di Daop 9 Jember?
 - a. Selalu, saya selalu memberitahukan kepada kerabat, tetangga maupun teman
 - b. Kadang-kadang, saya terkadang memberitahukan kepada kerabat, tetangga maupun teman
 - c. Tidak pernah, saya tidak akan memberitahukan kepada kerabat, tetangga maupun teman
 2. Pernahkah anda mengajak kerabat, tetangga maupun teman agar membeli tiket kereta api melalui mesin e-kiosk di PT Kereta Api Daop 9 Jember?
 - a. Selalu, saya selalu mengajak kerabat, tetangga maupun teman
 - b. Kadang-kadang, saya terkadang mengajak kerabat, tetangga maupun teman
 - c. Tidak pernah, saya tidak mengajak kerabat, tetangga, maupun teman

3. Ketika ada kerabat, tetangga maupun teman anda yang hendak membeli tiket kereta api, apakah anda akan mereferensikan untuk membeli tiket kereta api melalui mesin e-kiosk kepada mereka?
 - a. Selalu, saya selalu mereferensikan kepada kerabat, tetangga maupun teman
 - b. Kadang-kadang, saya terkadang mereferensikan kepada kerabat, tetangga maupun teman
 - c. Tidak pernah, saya tidak mereferensikan kepada kerabat, tetangga maupun teman



a. Persepsi Kemudahan dalam Memperoleh Tiket Kereta Api Melalui antrian loket

1. Apakah lokasi tempat pembelian tiket kereta api melalui antrian loket dekat dengan tempat tinggal anda?
 - a. Sangat dekat, lokasi pembelian tiket dekat dengan tempat tinggal saya, cukup dengan jalan kaki.
 - b. Cukup jauh, lokasi pembelian tiket cukup jauh dari tempat tinggal saya.
 - c. Jauh, lokasi pembelian tiket jauh dari tempat tinggal saya karena diperlukan waktu yang lama dan menggunakan kendaraan bermotor.
2. Apakah anda mendapatkan kemudahan dalam memperoleh tiket kereta api?
 - a. Selalu, tiket kereta api sangat mudah didapat.
 - b. Kadang-kadang, karena banyak yang mengantri untuk membeli tiket kereta api.
 - c. Tidak pernah, karena pembelian tiket kereta api membutuhkan waktu yang lama dan saya sering kehabisan tiker.
3. Apakah dalam membeli tiket secara melalui antrian loket anda mendapatkan pelayanan pembelian tiket kereta api dengan baik?
 - a. Sangat baik, saya sangat mendapatkan pelayanan pembelian tiket dari PT kereta api dengan baik.
 - b. Cukup baik, pelayanan pembelian tiket kereta api dari PT kereta api cukup baik.
 - c. Kurang baik, pelayanan pembelian tiket kereta api dari PT kereta api kurang baik.

b. Persepsi Minat Pembelian Ulang Tiket Kereta Api Melalui antrian loket

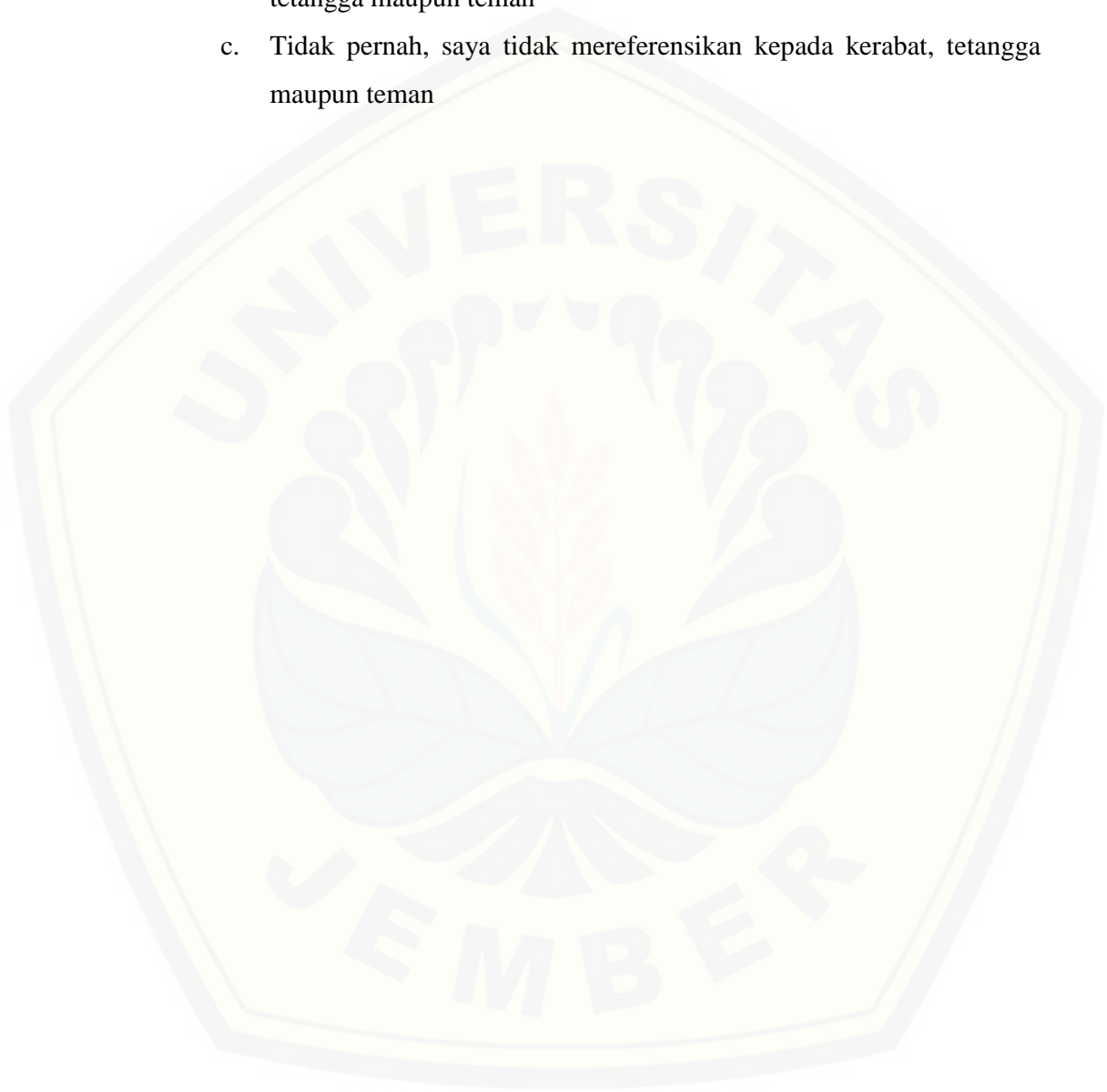
1. Apakah anda akan kembali menggunakan jasa PT KAI Daop 9 Jember?
 - a. Selalu, saya akan terus menggunakan jasa PT KAI Daop 9 Jember
 - b. Kadang-kadang, saya akan mencoba menggunakan jasa transportasi dari perusahaan lain

- c. Tidak pernah, saya tidak akan menggunakan jasa PT KAI Daop IX Jember
 2. Apakah anda berniat untuk membeli kembali tiket kereta api melalui antrian loket di PT Kereta Api Daop 9 Jember?
 - a. Selalu, saya akan terus membeli tiket melalui antrian loket di PT Kereta Api Daop 9 Jember
 - b. Kadang-Kadang, saya akan mencoba membeli tiket kereta api melalui mesin e-kiosk di PT Kereta Api Daop 9 Jember
 - c. Tidak Pernah, saya tidak akan membeli tiket kereta api melalui antrian loket di PT Kereta Api Daop 9 Jember

c. Persepsi Kesiediaan untuk Merekomendasikan Tiket Melalui antrian loket

1. Apakah anda memberitahukan kepada kerabat, tetangga maupun teman tentang pelayanan pembelian tiket Kereta Api di Daop 9 Jember?
 - a. Selalu, saya selalu memberitahukan kepada kerabat, tetangga maupun teman
 - b. Kadang-kadang, saya terkadang memberitahukan kepada kerabat, tetangga maupun teman
 - c. Tidak pernah, saya tidak akan memberitahukan kepada kerabat, tetangga maupun teman
2. Pernahkah anda mengajak kerabat, tetangga maupun teman agar membeli tiket di PT Kereta Api Daop 9 Jember?
 - a. Selalu, saya selalu mengajak kerabat, tetangga maupun teman
 - b. Kadang-kadang, saya terkadang mengajak kerabat, tetangga maupun teman
 - c. Tidak pernah, saya tidak mengajak kerabat, tetangga, maupun teman
3. Ketika ada kerabat, tetangga maupun teman anda yang hendak membeli tiket kereta api, apakah anda akan mereferensikan untuk membeli tiket kereta api melalui antrian loket kepada mereka?

- a. Selalu, saya selalu mereferensikan kepada kerabat, tetangga maupun teman
- b. Kadnag-kadang, saya terkadang mereferensikan kepada kerabat, tetangga maupun teman
- c. Tidak pernah, saya tidak mereferensikan kepada kerabat, tetangga maupun teman



Lampiran 4.

PEDOMAN WAWANCARA

Pedoman Wawancara (Melalui mesin e-kiosk dan Melalui antrian loket)

1. Apakah anda senang dalam menggunakan jasa PT KAI Daop 9 Jember?
2. Mengapa anda senang dalam menggunakan jasa PT KAI Daop 9 Jember?
3. Bagaimana pelayanan yang diberikan oleh PT KAI Daop 9 Jember?
4. Apakah pelayanan PT KAI Daop 9 Jember membuat anda merasa nyaman?
5. Apakah anda merasa puas setelah menggunakan jasa PT KAI Daop 9 Jember?
6. Apakah pelayanan PT KAI Daop 9 Jember sesuai dengan apa yang anda harapkan?
7. Apakah anda mengalami kesulitan dalam memperoleh tiket kereta api melalui antrian loket maupun melalui mesin e-kiosk?
8. Apakah anda berminat dalam melakukan pemakaian jasa PT KAI Daop 9 Jember?
9. Apakah anda akan mengatakan hal yang positif kepada teman atau kerabat anda mengenai keunggulan yang dimiliki oleh PT KAI Daop 9 Jember?
10. Apakah anda akan merekomendasikan PT KAI Daop 9 Jember?

Lampiran 5.

BIODATA RESPONDEN PENELITIAN

No.	Nama	Alamat	Jenis Kelamin	Umur	Pekerjaan
1	Rino Alfian Pratama	Jalan Bangka	Laki-Laki	31	Guru
2	Margi Baiquni	Jalan Nusa Indah	Perempuan	26	Wiraswasta
3	Nella Trida	Jalan PB. Sudirman	Perempuan	21	Mahasiswa
4	Firman Rahmawan	Jalan Nusa Indah	Laki-Laki	32	Buruh Pabrik
5	Vellysia Adi Putri	Perum Yasmin	Perempuan	18	Pelajar
6	Septian Wahyu	Jalan Jawa 2	Laki-Laki	56	Wiraswasta
7	Devi Novianti	Jalan Madura	Perempuan	30	Guru
8	Gusti Deygawanto	Jalan Brantas No. 26	Laki-Laki	57	Wiraswasta
9	Astutik	Perum Istana Tegal Besar	Perempuan	36	Ibu Rumah Tangga
10	Churun'In	Jalan Nusa Indah	Perempuan	56	PNS
11	M. Altan Kusuma Putra	Jalan Manggis No. 46	Laki-Laki	58	Wiraswasta
12	Aqila Rahma Putri	Jalan Riau	Perempuan	20	Mahasiswa
13	Dani Prayugo Muhammad	Jalan Klimantan Gang Kelinci	Laki-Laki	38	Buruh Pabrik

No.	Nama	Alamat	Jenis Kelamin	Umur	Pekerjaan
14	Amalia Febiyanti	Jalan Nusa Indah	Perempuan	20	Mahasiswa
15	Kartika Rahma	Jalan manyar	Perempuan	27	Assisten Operasi
16	Puput maulida	Jalan Trunojoyo	Perempuan	30	Konsultan Pajak
17	Putri Artika	Jalan Manggis	Perempuan	28	CS Finance
18	Muhammad Thohir	Jalan Cempedak	Laki-Laki	27	PNS
19	Rizki Eka	Jalan Jawa	Perempuan	58	-
20	Pita Ramadhani	Perumnas Patrang	Perempuan	26	Sales
21	Ragil Prakoso	Patrang	Laki-Laki	18	Mahasiswa
22	Sutami	Patrang	Perempuan	65	Penjahit
23	Mohammad Akbar	Jalan Jawa 2	Laki-Laki	56	Wiraswasta
24	Tantri Yunior	Jalan Kenanga	Perempuan	46	Wiraswasta
25	Beby Alfiantika	Jalan Belimbing-Patrang	Perempuan	22	Mahasiswa
26	Tiffany Anggraeny	Jalan Manggar No. 05	Perempuan	39	Guru
27	Dafy Akbar	Jalan Mawar	Laki-Laki	18	Pelajar
28	Kayla Aprilia W.	Jalan Cendrawasih	Perempuan	19	Mahasiswa
29	Sulton Abdillah	Jalan Nusa Indah	Laki-Laki	38	Supir
30	Anindya Lirana	Jalan Gajah Mada	Perempuan	56	Pelajar

Lampiran 6.

PERSEPSI KEPUASAN PELANGGAN DALAM MEMBELI TIKET KERETA API MELALUI MESIN E-KIOSK

NO.	PERSEPSI KEPUASAN PELANGGAN DALAM MEMBELI TIKET KERETA API MELALUI MESIN E-KIOSK								JUMLAH
	Persepsi Kemudahan dalam Memperoleh Tiket			Persepsi Minat Pembelian Ulang Tiket		Persepsi Kesediaan untuk Merekomendasikan Tiket			
1	2	3	3	3	3	3	2	2	21
2	3	3	3	3	3	3	3	3	24
3	2	3	3	3	3	3	2	2	21
4	3	3	3	3	1	3	3	3	22
5	2	2	2	2	2	2	2	2	16
6	3	3	3	3	3	3	3	3	24
7	3	3	3	3	3	3	3	3	24
8	2	2	3	2	2	2	2	2	17
9	3	3	3	3	3	3	3	3	24
10	1	3	2	2	2	3	3	1	17
11	1	3	3	3	2	3	3	3	21

NO.	PERSEPSI KEPUASAN PELANGGAN DALAM MEMBELI TIKET KERETA API MELALUI MESIN E-KIOSK								JUMLAH
	Persepsi Kemudahan dalam Memperoleh Tiket			Persepsi Minat Pembelian Ulang Tiket		Persepsi Kesiediaan untuk Merekomendasikan Tiket			
12	2	3	3	3	3	3	2	3	22
13	3	3	3	3	3	3	3	3	24
14	3	3	3	3	3	3	3	3	24
15	2	3	3	3	3	3	3	3	23
16	3	3	3	3	3	3	3	3	24
17	2	3	3	3	3	3	3	3	23
18	3	2	3	3	3	3	3	3	23
19	3	3	3	3	3	3	3	3	24
20	3	3	3	3	3	3	3	3	24
21	3	3	3	3	3	3	3	3	24
22	2	3	2	3	2	1	2	2	17
23	3	3	3	3	3	3	3	3	24
24	3	3	3	3	3	3	3	3	24
25	3	3	3	3	3	3	3	3	24

NO.	PERSEPSI KEPUASAN PELANGGAN DALAM MEMBELI TIKET KERETA API MELALUI MESIN E-KIOSK								JUMLAH
	Persepsi Kemudahan dalam Memperoleh Tiket	Persepsi Minat Pembelian Ulang Tiket	Persepsi Kesiapan untuk Merekomendasikan Tiket						
26	2	2	3	2	3	2	3	2	19
27	3	3	3	3	3	3	3	3	24
28	3	3	3	3	3	3	3	3	24
29	3	3	3	3	3	3	3	3	24
30	3	3	3	3	3	3	3	3	24
Jumlah	77	86	87	86	83	85	84	82	670
Rata-Rata	2,566667	2,866667	2,9	2,866667	2,766667	2,833333	2,8	2,733333	22,33333

PERSEPSI KEPUASAN PELANGGAN DALAM MEMBELI TIKET KERETA API MELALUI ANTRIAN LOKET

NO.	PERSEPSI KEPUASAN PELANGGAN DALAM MEMBELI TIKET KERETA API MELALUI ANTRIAN LOKET								JUMLAH
	Persepsi Kemudahan dalam Memperoleh Tiket	Persepsi Minat Pembelian Ulang Tiket	Persepsi Kesiediaan untuk Merekomendasikan Tiket						
1	3	3	3	3	3	3	3	3	24
2	3	3	3	3	3	3	3	3	24
3	3	3	3	3	2	2	2	2	20
4	3	1	1	2	1	1	1	1	11
5	1	2	2	2	2	2	2	2	15
6	3	2	2	3	3	2	2	2	19
7	2	1	1	1	1	1	1	1	9
8	3	1	1	2	1	1	1	1	11
9	1	2	2	2	2	2	2	2	15
10	3	3	3	3	2	3	3	3	23
11	3	1	1	2	2	2	2	2	15
12	2	2	2	2	2	2	2	2	16
13	3	1	2	2	2	2	2	2	16

NO.	PERSEPSI KEPUASAN PELANGGAN DALAM MEMBELI TIKET KERETA API MELALUI ANTRIAN LOKET								JUMLAH
	Persepsi Kemudahan dalam Memperoleh Tiket	Persepsi Minat Pembelian Ulang Tiket	Persepsi Kesiapan untuk Merekomendasikan Tiket						
14	3	3	3	3	3	3	3	3	24
15	2	2	2	2	2	2	2	2	16
16	2	2	2	3	3	3	3	3	21
17	3	1	1	2	2	2	2	2	15
18	3	3	3	3	3	3	3	3	24
19	3	3	3	3	3	2	2	2	21
20	3	3	3	3	3	3	3	3	24
21	1	1	1	1	1	1	1	1	8
22	3	2	3	3	2	2	2	2	19
23	3	3	3	3	3	3	3	3	24
24	1	1	1	1	1	1	1	1	8
25	2	2	2	2	2	2	2	2	16
26	3	2	2	3	2	2	3	2	19
27	3	2	2	2	2	2	2	3	18

NO.	PERSEPSI KEPUASAN PELANGGAN DALAM MEMBELI TIKET KERETA API MELALUI ANTRIAN LOKET								JUMLAH
	Persepsi Kemudahan dalam Memperoleh Tiket			Persepsi Minat Pembelian Ulang Tiket		Persepsi Kesiediaan untuk Merekomendasikan Tiket			
28	2	3	3	3	3	2	2	2	20
29	3	3	3	3	3	3	3	3	24
30	1	1	2	3	2	1	1	1	12
Jumlah	74	62	65	73	66	63	64	64	531
Rata-Rata	2,466667	2,066667	2,166667	2,433333	2,2	2,1	2,133333	2,133333	17,7

Lampiran 7.

UJI VALIDITAS PERSEPSI KEPUASAN PELANGGAN DALAM MEMBELI TIKET KERETA API MELALUI ANTRIAN LOKET

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	Membeli Tiket Kereta Api Melalui antrian loket
X1.1	Pearson Correlation	1	,379*	,374*	,519**	,386*	,474**	,495**	,495**	,597**
	Sig. (2-tailed)		,039	,042	,003	,035	,008	,005	,005	,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	,379*	1	,930**	,745**	,793**	,808**	,783**	,783**	,902**
	Sig. (2-tailed)	,039		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	,374*	,930**	1	,824**	,793**	,765**	,736**	,736**	,892**
	Sig. (2-tailed)	,042	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson Correlation	,519**	,745**	,824**	1	,811**	,692**	,714**	,644**	,856**

	Sig. (2-tailed)	,003	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.5	Pearson Correlation	,386*	,793**	,793**	,811**	1	,841**	,806**	,806**	,897**
	Sig. (2-tailed)	,035	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.6	Pearson Correlation	,474**	,808**	,765**	,692**	,841**	1	,968**	,968**	,939**
	Sig. (2-tailed)	,008	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.7	Pearson Correlation	,495**	,783**	,736**	,714**	,806**	,968**	1	,935**	,927**
	Sig. (2-tailed)	,005	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.8	Pearson Correlation	,495**	,783**	,736**	,644**	,806**	,968**	,935**	1	,918**
	Sig. (2-tailed)	,005	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Membeli Tiket Kereta Api Melalui antrian loket	Pearson Correlation	,597**	,902**	,892**	,856**	,897**	,939**	,927**	,918**	1
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	30	30	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).

UJI VALIDITAS PERSEPSI KEPUASAN PELANGGAN DALAM MEMBELI TIKET KERETA API MELALUI MESIN E-KIOSK

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	Membeli Tiket Kereta Api Melalui mesin e-kiosk
X2.1	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	1	,202 ,285 30	,487** ,006 30	,520** ,003 30	,433* ,017 30	,338 ,067 30	,460* ,010 30	,691** ,000 30	,759** ,000 30
X2.2	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,202 ,285 30	1 ,299 30	,196 ,299 30	,712** ,000 30	,211 ,263 30	,505** ,004 30	,294 ,115 30	,370* ,044 30	,558** ,001 30
X2.3	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,487** ,006 30	,196 ,299 30	1 ,003 30	,523** ,003 30	,516** ,004 30	,613** ,000 30	,389* ,034 30	,694** ,000 30	,749** ,000 30
X2.4	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,520** ,003 30	,712** ,000 30	,523** ,003 30	1 ,025 30	,409* ,004 30	,505** ,004 30	,294 ,115 30	,753** ,000 30	,791** ,000 30
X2.5	Pearson Correlation	,433*	,211	,516**	,409*	1	,420*	,269	,412*	,649**

	Sig. (2-tailed)	,017	,263	,004	,025		,021	,150	,024	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.6	Pearson Correlation	,338	,505**	,613**	,505**	,420*	1	,551**	,526**	,749**
	Sig. (2-tailed)	,067	,004	,000	,004	,021		,002	,003	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.7	Pearson Correlation	,460*	,294	,389*	,294	,269	,551**	1	,553**	,661**
	Sig. (2-tailed)	,010	,115	,034	,115	,150	,002		,002	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.8	Pearson Correlation	,691**	,370*	,694**	,753**	,412*	,526**	,553**	1	,869**
	Sig. (2-tailed)	,000	,044	,000	,000	,024	,003	,002		,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Membeli Tiket Kereta Api Melalui mesin e-kiosk	Pearson Correlation	,759**	,558**	,749**	,791**	,649**	,749**	,661**	,869**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	30	30	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).

Lampiran 8.

UJI RELIABILITAS PERSEPSI KEPUASAN PELANGGAN DALAM MEMBELI TIKET KERETA API MELALUI ANTRIAN LOKET

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	30	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,951	,952	8

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	2,213	2,067	2,467	,400	1,194	,023	8

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	15,2333	22,392	,486	,417	,966
X1.2	15,6333	19,551	,864	,896	,941
X1.3	15,5333	19,913	,853	,915	,942
X1.4	15,2667	21,030	,814	,848	,945
X1.5	15,5000	20,466	,864	,836	,942
X1.6	15,6000	20,179	,919	,974	,938
X1.7	15,5667	20,116	,903	,950	,939
X1.8	15,5667	20,185	,891	,943	,940

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
17,7000	26,562	5,15384	8

UJI RELIABILITAS PERSEPSI KEPUASAN PELANGGAN DALAM MEMBELI TIKET KERETA API MELALUI MESIN E-KIOSK

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	30	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,860	,872	8

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	2,792	2,567	2,900	,333	1,130	,011	8

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	19,7667	4,530	,620	,533	,848
X2.2	19,4667	5,706	,454	,696	,858
X2.3	19,4333	5,495	,689	,648	,841
X2.4	19,4667	5,292	,731	,836	,834
X2.5	19,5667	5,151	,511	,348	,856
X2.6	19,5000	5,017	,651	,610	,838
X2.7	19,5333	5,361	,556	,535	,848
X2.8	19,6000	4,524	,803	,821	,817

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
22,3333	6,575	2,56412	8



Lampiran 9.

REKAPITULASI ANKET PERSEPSI KEPUASAN PELANGGAN DALAM MEMBELI TIKET KERETA API MELALUI ANTRIAN LOKET

Frequencies

Statistics

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	Membeli Tiket Kereta Api Melalui antrian loket
N	Valid	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Mean	2,4667	2,0667	2,1667	2,4333	2,2000	2,1000	2,1333	2,1333	17,7000
	Median	3,0000	2,0000	2,0000	3,0000	2,0000	2,0000	2,0000	2,0000	18,5000
	Std. Deviation	,77608	,82768	,79148	,67891	,71438	,71197	,73030	,73030	5,15384
	Minimum	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	8,00
	Maximum	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	24,00
	Percentiles 25	2,0000	1,0000	1,7500	2,0000	2,0000	2,0000	2,0000	2,0000	15,0000
	50	3,0000	2,0000	2,0000	3,0000	2,0000	2,0000	2,0000	2,0000	18,5000
	75	3,0000	3,0000	3,0000	3,0000	3,0000	3,0000	3,0000	3,0000	23,2500

Frequency Table

X1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	5	16,7	16,7	16,7
	2,00	6	20,0	20,0	36,7
	3,00	19	63,3	63,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

X1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	9	30,0	30,0	30,0
	2,00	10	33,3	33,3	63,3
	3,00	11	36,7	36,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

X1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	7	23,3	23,3	23,3
	2,00	11	36,7	36,7	60,0
	3,00	12	40,0	40,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

X1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	3	10,0	10,0	10,0
	2,00	11	36,7	36,7	46,7
	3,00	16	53,3	53,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

X1.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	5	16,7	16,7	16,7
	2,00	14	46,7	46,7	63,3
	3,00	11	36,7	36,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

X1.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	6	20,0	20,0	20,0
	2,00	15	50,0	50,0	70,0
	3,00	9	30,0	30,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

X1.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	6	20,0	20,0	20,0
	2,00	14	46,7	46,7	66,7
	3,00	10	33,3	33,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	



X1.8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	6	20,0	20,0	20,0
	2,00	14	46,7	46,7	66,7
	3,00	10	33,3	33,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Membeli Tiket Kereta Api Melalui antrian loket

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	8,00	2	6,7	6,7	6,7
	9,00	1	3,3	3,3	10,0
	11,00	2	6,7	6,7	16,7
	12,00	1	3,3	3,3	20,0
	15,00	4	13,3	13,3	33,3
	16,00	4	13,3	13,3	46,7
	18,00	1	3,3	3,3	50,0
	19,00	3	10,0	10,0	60,0
	20,00	2	6,7	6,7	66,7
	21,00	2	6,7	6,7	73,3
	23,00	1	3,3	3,3	76,7
	24,00	7	23,3	23,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

REKAPITULASI ANKET PERSEPSI KEPUASAN PELANGGAN DALAM MEMBELI TIKET KERETA API MELALUI MESIN E-KIOSK

Frequencies

Statistics

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	Membeli Tiket Kereta Api Melalui mesin e-kiosk
N	Valid	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		2,5667	2,8667	2,9000	2,8667	2,7667	2,8333	2,8000	2,7333	22,3333
Median		3,0000	3,0000	3,0000	3,0000	3,0000	3,0000	3,0000	3,0000	24,0000
Std. Deviation		,62606	,34575	,30513	,34575	,50401	,46113	,40684	,52083	2,56412
Minimum		1,00	2,00	2,00	2,00	1,00	1,00	2,00	1,00	16,00
Maximum		3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	24,00
Percentiles	25	2,0000	3,0000	3,0000	3,0000	3,0000	3,0000	3,0000	2,7500	21,0000
	50	3,0000	3,0000	3,0000	3,0000	3,0000	3,0000	3,0000	3,0000	24,0000
	75	3,0000	3,0000	3,0000	3,0000	3,0000	3,0000	3,0000	3,0000	24,0000

Frequency Table

X2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	2	6,7	6,7	6,7
	2,00	9	30,0	30,0	36,7
	3,00	19	63,3	63,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

X2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	4	13,3	13,3	13,3
	3,00	26	86,7	86,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

X2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	3	10,0	10,0	10,0
	3,00	27	90,0	90,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

X2.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	4	13,3	13,3	13,3
	3,00	26	86,7	86,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

X2.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	1	3,3	3,3	3,3
	2,00	5	16,7	16,7	20,0
	3,00	24	80,0	80,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

X2.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	1	3,3	3,3	3,3
	2,00	3	10,0	10,0	13,3
	3,00	26	86,7	86,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

X2.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	6	20,0	20,0	20,0
	3,00	24	80,0	80,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

X2.8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	1	3,3	3,3	3,3
	2,00	6	20,0	20,0	23,3
	3,00	23	76,7	76,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Membeli Tiket Kereta Api Melalui mesin e-kiosk

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 16,00	1	3,3	3,3	3,3
17,00	3	10,0	10,0	13,3
19,00	1	3,3	3,3	16,7
21,00	3	10,0	10,0	26,7
22,00	2	6,7	6,7	33,3
23,00	3	10,0	10,0	43,3
24,00	17	56,7	56,7	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Lampiran 10

PERBEDAAN PERSEPSI KEPUASAN PELANGGAN DALAM MEMBELI TIKET KERETA API MELALUI MESIN E-KIOSK DAN MELALUI ANTRIAN LOKET PADA PT KERETA API INDONESIA DAOP 9 JEMBER

T-Test

Group Statistics

	Jenis	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Tiket	Membeli Tiket Kereta Api Melalui mesin e-kiosk	30	22,3333	2,56412	,46814
	Membeli Tiket Kereta Api Melalui antrian loket	30	17,7000	5,15384	,94096

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
Tiket	Equal variances assumed	16,499	,000	4,409	58	,000	4,63333	1,05098	6,73710	2,52957
	Equal variances not assumed			4,409	42,528	,000	4,63333	1,05098	6,75352	2,51315

PERSEPSI KEMUDAHAN DALAM MEMPEROLEH TIKET KERETA API

T-Test

Group Statistics

	Jenis	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Tiket	Kemudahan dalam Memperoleh Tiket Kereta Api melalui mesin e-kiosk	30	8,3333	,95893	,17508
	Kemudahan dalam Memperoleh Tiket Kereta Api melalui antrian loket	30	6,7000	2,01973	,36875

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
Tiket	Equal variances assumed	25,300	,000	4,001	58	,000	1,63333	,40820	2,45044	,81623
	Equal variances not assumed			4,001	41,442	,000	1,63333	,40820	2,45745	,80922

PERBEDAAN PERSEPSI MINAT PEMBELIAN ULANG TIKET KERETA API

T-Test

Group Statistics

	Jenis	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Tiket	Minat Membeli Ulang Tiket Kereta Api Melalui mesin e-kiosk	30	5,6333	,71840	,13116
	Minat Membeli Ulang Tiket Kereta Api Melalui antrian loket	30	4,6333	1,32570	,24204

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
Tiket	Equal variances assumed	14,849	,000	3,633	58	,001	1,00000	,27529	1,55106	,44894
	Equal variances not assumed			3,633	44,680	,001	1,00000	,27529	1,55458	,44542

PERBEDAAN PERSEPSI KESEDIAAN UNTUK MEREKOMENDASIKAN TIKET KERETA API

**T-Test
Group Statistics**

	Jenis	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Tiket	Kesediaan untuk Merekomendasikan Tiket Kereta Api Melalui mesin e-kiosk	30	8,3667	1,15917	,21163
	Kesediaan untuk Merekomendasikan Tiket Kereta Api Melalui antrian loket	30	6,3667	2,14127	,39094

Independent Samples Test

	Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
	F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
								Lower	Upper
Tiket	7,479	,008	4,499	58	,000	2,00000	,44455	2,88986	1,11014
			4,499	44,653	,000	2,00000	,44455	2,89556	1,10444

Lampiran 11

TABEL
Nilai-nilai Kritis Koefisien (r) Product Moment

N	Taraf Signifikansi		N	Taraf Signifikansi		N	Taraf Signifikansi	
	5%	1%		5%	1%		5%	1%
3	0,997	0,999	27	0,381	0,487	55	0,266	0,345
4	0,950	0,990	28	0,374	0,478	60	0,254	0,330
5	0,878	0,959	29	0,367	0,470	65	0,244	0,317
6	0,811	0,917	30	0,361	0,463	70	0,235	0,306
7	0,754	0,874	31	0,355	0,456	75	0,227	0,296
8	0,707	0,834	32	0,349	0,449	80	0,220	0,286
9	0,666	0,798	33	0,344	0,442	85	0,213	0,278
10	0,632	0,765	34	0,339	0,436	87	0,209	0,276
11	0,602	0,735	35	0,334	0,430	90	0,207	0,270
12	0,576	0,708	36	0,329	0,424	95	0,202	0,263
13	0,553	0,684	37	0,325	0,418	100	0,195	0,256
14	0,532	0,661	38	0,320	0,413	125	0,176	0,230
15	0,514	0,641	39	0,316	0,408	150	0,159	0,210
16	0,497	0,623	40	0,312	0,403	175	0,148	0,194
17	0,482	0,606	41	0,308	0,398	200	0,138	0,181
18	0,468	0,590	42	0,304	0,393	300	0,113	0,148

N	Tarf Signifikansi		N	Tarf Signifikansi		N	Tarf Signifikansi	
	5%	1%		5%	1%		5%	1%
19	0,456	0,575	43	0,401	0,389	400	0,098	0,128
20	0,444	0,561	44	0,297	0,384	500	0,088	0,115
21	0,433	0,549	45	0,294	0,380	600	0,080	0,105
22	0,423	0,537	46	0,291	0,376	700	0,074	0,097
23	0,413	0,526	47	0,288	0,372	800	0,070	0,091
24	0,404	0,515	48	0,284	0,368	900	0,065	0,086
25	0,396	0,505	49	0,281	0,364	1000	0,062	0,081
26	0,388	0,496	50	0,279	0,361			

Lampiran 12

TABEL

Nilai-nilai Kritis t

df	Taraf Signifikansi				
	1%	5%	10%	15%	20%
1	63.66	12.71	6.314	4.165	3.078
2	9.925	4.303	2.92	2.282	1.886
3	5.841	3.182	2.353	1.924	1.638
4	4.604	2.776	2.132	1.778	1.533
5	4.032	2.571	2.105	1.699	1.476
6	3.707	2.447	1.943	1.65	1.44
7	3.499	2.365	1.895	1.617	1.415
8	3.355	2.306	1.86	1.592	1.397
9	3.25	2.262	1.833	1.574	1.383
10	3.169	2.228	1.812	1.559	1.372
11	3.106	2.201	1.796	1.548	1.363
12	3.055	2.179	1.782	1.538	1.356
13	3.012	2.16	1.771	1.53	1.35
14	2.977	2.145	1.761	1.523	1.345
15	2.947	2.131	1.753	1.517	1.341
16	2.921	2.12	1.746	1.512	1.337
17	2.898	2.11	1.74	1.508	1.333
18	2.878	2.101	1.734	1.504	1.33
19	2.861	2.093	1.729	1.5	1.328
20	2.845	2.086	1.725	1.497	1.325

df	Taraf Signifikansi				
	1%	5%	10%	15%	20%
21	2.831	2.08	1.721	1.494	1.323
22	2.819	2.074	1.717	1.492	1.321
23	2.807	2.069	1.714	1.489	1.319
24	2.797	2.064	1.711	1.487	1.318
25	2.787	2.06	1.708	1.485	1.316
26	2.779	2.056	1.706	1.483	1.315
27	2.771	2.052	1.703	1.482	1.314
28	2.763	2.048	1.701	1.48	1.313
29	2.756	2.045	1.699	1.479	1.311
30	2.75	2.042	1.697	1.477	1.31
31	2.744	2.04	1.696	1.476	1.309
32	2.738	2.037	1.694	1.475	1.309
33	2.733	2.035	1.692	1.474	1.308
34	2.728	2.032	1.691	1.473	1.307
35	2.724	2.03	1.69	1.472	1.306
36	2.719	2.028	1.688	1.471	1.306
37	2.715	2.026	1.687	1.47	1.305
38	2.712	2.024	1.686	1.469	1.304
39	2.708	2.023	1.685	1.468	1.304
40	2.704	2.021	1.684	1.468	1.303
41	2.701	2.02	1.683	1.467	1.303
42	2.698	2.018	1.682	1.466	1.302
43	2.695	2.017	1.681	1.466	1.302
44	2.692	2.015	1.68	1.465	1.301

df	Taraf Signifikansi				
	1%	5%	10%	15%	20%
45	2.69	2.014	1.679	1.465	1.301
46	2.687	1.013	1.679	1.464	1.3
47	2.685	2.012	1.678	1.463	1.3
48	2.682	2.011	1.677	1.463	1.299
49	2.68	2.01	1.677	1.462	1.299
50	2.678	2.009	1.676	1.462	1.299
51	2.676	2.008	1.675	1.462	1.298
52	2.674	2.007	1.675	1.461	1.298
53	2.672	2.006	1.674	1.461	1.298
54	2.67	2.005	1.674	1.46	1.297
55	2.668	2.004	1.673	1.46	1.297
56	2.667	2.003	1.673	1.46	1.297
57	2.665	2.002	1.672	1.459	1.296
58	2.663	2.002	1.672	1.459	1.296
59	2.662	2.001	1.671	1.459	1.296
60	2.66	2.00	1.671	1.458	1.296
61	2.659	2.00	1.67	1.458	1.296
62	2.657	1.999	1.67	1.458	1.295
63	2.656	1.998	1.669	1.457	1.295
64	2.655	1.998	1.669	1.457	1.295
65	2.654	1.997	1.669	1.457	1.295
66	2.652	1.997	1.668	1.456	1.295
67	2.651	1.996	1.668	1.456	1.294
68	2.65	1.995	1.668	1.456	1.294

df	Taraf Signifikansi				
	1%	5%	10%	15%	20%
69	2.649	1.995	1.667	1.456	1.294
70	2.648	1.994	1.667	1.456	1.294
71	2.647	1.994	1.667	1.455	1.294
72	2.646	1.993	1.666	1.455	1.293
73	2.645	1.993	1.666	1.455	1.293
74	2.644	1.993	1.666	1.455	1.293
75	2.643	1.992	1.655	1.454	1.293
76	2.642	1.992	1.665	1.454	1.293
77	2.641	1.991	1.655	1.454	1.293
78	2.64	1.991	1.665	1.454	1.292
79	2.64	1.99	1.664	1.454	1.292
80	2.639	1.99	1.664	1.453	1.292
81	2.638	1.99	1.664	1.453	1.292
82	2.637	1.989	1.664	1.453	1.292
83	2.636	1.989	1.663	1.453	1.292
84	2.636	1.989	1.663	1.453	1.292
85	2.635	1.988	1.663	1.453	1.292
86	2.634	1.988	1.663	1.453	1.291
87	2.634	1.988	1.663	1.452	1.291
88	2.633	1.987	1.662	1.452	1.291
89	2.632	1.987	1.662	1.452	1.291
90	2.632	1.987	1.662	1.452	1.291
91	2.631	1.986	1.662	1.452	1.291
92	2.63	1.986	1.662	1.452	1.291

df	Taraf Signifikansi				
	1%	5%	10%	15%	20%
93	2.63	1.986	1.661	1.452	1.291
94	2.629	1.986	1.661	1.451	1.291
95	2.629	1.985	1.661	1.451	1.291
96	2.628	1.985	1.661	1.451	1.29
97	2.627	1.985	1.661	1.451	1.29
98	2.627	1.984	1.661	1.451	1.29
99	2.626	1.984	1.66	1.451	1.29
100	2.626	1.984	1.66	1.451	1.29

Lampiran 13.

TRANSKRIP WAWANCARA 1

Berikut merupakan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan salah satu responden yaitu konsumen yang melakukan pembelian tiket kereta api pada PT KAI Daop 9 Jember secara melalui mesin e-kiosk.

- Peneliti : Selamat siang ibu.... maaf mengganggu waktunya...
- Responden : Iya mbak... ada yang bisa saya bantu...
- Peneliti : Saya ingin menanyakan kepada ibu mengenai pendapat ibu ketika melakukan pembelian tiket kereta api secara melalui mesin e-kiosk.
- Responden : Iya mbak,,
- Peneliti : Sebelumnya dengan ibu siapa?
- Responden : Astutik mbak.
- Peneliti : Usia Ibu saat ini?
- Responden : 36 tahun mbak.
- Peneliti : Apa pekerjaan ibu?
- Responden : Ibu rumah tangga mbak
- Peneliti : Bagaimana cara ibu untuk membeli tiket kereta api?
- Responden : Secara melalui mesin e-kiosk mbak.
- Peneliti : Apakah anda senang dalam menggunakan jasa PT KAI Daop 9 Jember?
- Responden : Iya mbak
- Peneliti : Mengapa anda senang dalam menggunakan jasa PT KAI Daop 9 Jember?
- Responden : Karena lebih nyaman mbak, apalagi saya memiliki bayi mbak, kan susah mbak jika naik kendaraan umum lain seperti bus. Kalo naik kereta lebih nyaman dan aman mbak.
- Peneliti : Bagaimana pelayanan yang diberikan oleh PT KAI Daop 9 Jember terutama untuk memperoleh secara onlie?

- Responden : Sangat memuaskan mbak, saya membeli tiket melalui E-kiosk mbak. Dengan E-kiosk ini saya bisa memilih sendiri tempat duduk yang saya inginkan. Bayarnya juga gampang mbak, tinggal memasukkan uangnya ke dalam mesin E-kiosk tersebut dan tidak harus lama mengantri.
- Peneliti : Apakah pelayanan PT KAI Daop 9 Jember membuat anda merasa nyaman?
- Responden : Sangat nyaman mbak.
- Peneliti : Apakah anda merasa puas setelah menggunakan jasa PT KAI Daop 9 Jember?
- Responden : Sangat puas mbak
- Peneliti : Apakah pelayanan PT KAI Daop 9 Jember sesuai dengan apa yang anda harapkan?
- Responden : Iya mbak
- Peneliti : Apakah anda mengalami kesulitan dalam memperoleh tiket kereta melalui mesin e-kiosk?
- Responden : Awalnya iya mbak, tetapi kemudian karena sudah terbiasa sehingga saya sekarang tidak pernah kesulitan untuk membeli tiket kereta api secara melalui mesin e-kiosk.
- Peneliti : Apakah anda berminat dalam melakukan pemakaian jasa PT KAI Daop 9 Jember?
- Responden : Iya mbak. Saya akan terus menggunakan jasa kereta api mbak. Karena saya merasa lebih aman dan nyaman mbak dengan menggunakan kereta api, apalagi dengan membeli tiket secara melalui mesin e-kiosk mbak yang lebih terpercaya daripada dengan menggunakan transportasi umum lainnya seperti bus yang rawan copet mbak dan harga tiket yang kadang tidak sama.
- Peneliti : Apakah anda akan mengatakan hal yang positif kepada teman atau kerabat anda mengenai keunggulan yang dimiliki oleh PT KAI Daop 9 Jember?

Responden : Tentu mbak, saya akan mengatakan hal positif karena itu yang memang saya rasakan.

Peneliti : Apakah anda akan merekomendasikan PT KAI Daop 9 Jember terutama untuk pembelian tiket secara melalui mesin e-kiosk?

Responden : Tentu saja mbak, karena dengan pembelian tiket secara melalui mesin e-kiosk melalui E-kiosk lebih lebih menguntungkan. Tentu saja saya akan merekomendasikan kepada orang lain mbakm, dan saya juga sering mereferensikan seta mengantar saudara ketika akan melakukan pembelian tiket kereta api secara melalui mesin e-kiosk mbak. Hal ini dikarenakan orang lain juga berhak merasakan banyaknya keuntungan seperti yang saya rasakan dengan melakukan pembelian tiket kereta api secara melalui mesin e-kiosk.

Peneliti : Terima kasih atas waktu dan informasinya ibu

Responden : Sama-sama mbak.

TRANSKRIP WAWANCARA 2

Berikut merupakan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan salah satu responden yaitu konsumen yang melakukan pembelian tiket kereta api pada PT KAI Daop 9 Jember secara melalui antrian loket.

Peneliti : Selamat siang ibu.... maaf mengganggu waktunya...

Responden : Iya mbak... ada yang bisa saya bantu...

Peneliti : Saya ingin menanyakan kepada ibu mengenai pendapat ibu ketika melakukan pembelian tiket kereta api secara melalui antrian loket.

Responden : Iya mbak,,

Peneliti : Sebelumnya dengan ibu siapa?

Responden : Aisyah Lilia mbak.

Peneliti : Usia Ibu saat ini?

Responden : 56 tahun mbak.

Peneliti : Apa pekerjaan ibu?

Responden : Sebagai guru swasta mbak

Peneliti : Bagaimana cara ibu untuk membeli tiket kereta api?

Responden : Secara melalui antrian loket mbak, langsung memesan tiket di kereta api. Saya memilih secara melalui antrian loket karena saya kurang paham pembelian secara melalui mesin e-kiosk mbak, selain itu kereta yang saya tumpangi jarak pendek, hanya di Banyuwangi sehingga saya memutuskan melakukan pembelian secara melalui antrian loket karena lebih cepat dan mudah. Walaupun terkadang harus mengantri cukup panjang ketika membeli tiket, tetapi pelayanan yang diberikan cukup cepat mbak, yaaa walaupun terkadang ada yang lambat dalam melayani mbak.

Peneliti : Apakah anda senang dalam menggunakan jasa PT KAI Daop 9 Jember?

Responden : Iya mbak. Dan saya akan terus menggunakan kereta api ketika bepergian mbak. Saya juga akan terus melakukan pembelian tiket secara melalui antrian loket mbak, karena dengan secara melalui

antrian loket saya dapat bertanya langsung kepada petugas mengenai segala informasi kereta api yang saya naiki mbak.

Peneliti : Mengapa anda senang dalam menggunakan jasa PT KAI Daop 9 Jember?

Responden : Karena lebih nyaman mbak, apalagi saya orangnya sudah gampang capek mbak, dan terkadang sering mabuk, sehingga saya lebih sering menggunakan kereta api ketika bepergian ke luar kota.

Peneliti : Bagaimana pelayanan yang diberikan oleh PT KAI Daop 9 Jember terutama untuk memperoleh secara melalui antrian loket?

Responden : Cukup memuaskan mbak, walaupun terkadang antrian lumayan panjang. Akan tetapi petugasnya cukup cepat dalam melayani mbak.

Peneliti : Apakah pelayanan PT KAI Daop 9 Jember membuat anda merasa nyaman?

Responden : Sangat nyaman mbak.

Peneliti : Apakah anda merasa puas setelah menggunakan jasa PT KAI Daop 9 Jember?

Responden : Sangat puas mbak

Peneliti : Apakah pelayanan PT KAI Daop 9 Jember sesuai dengan apa yang anda harapkan?

Responden : Iya mbak

Peneliti : Apakah anda mengalami kesulitan dalam memperoleh tiket kereta melalui antrian loket?

Responden : Tidak mbak.

Peneliti : Apakah anda berminat dalam melakukan pemakaian jasa PT KAI Daop 9 Jember?

Responden : Iya mbak

Peneliti : Apakah anda akan mengatakan hal yang positif kepada teman atau kerabat anda mengenai keunggulan yang dimiliki oleh PT KAI Daop 9 Jember?

Responden : Tentu mbak, saya akan mengatakan hal positif karena itu yang memang saya rasakan.

Peneliti : Apakah anda akan merekomendasikan PT KAI Daop 9 Jember terutama untuk pembelian tiket secara melalui antrian loket?

Responden : Tentu saja mbak, karena dengan pembelian tiket secara melalui antrian loket cukup menguntungkan, apalagi jika secara melalui antrian loket atau datang sendiri ke stasiun kita bisa memperoleh informasi yang lebih lengkap tentang jenis kereta dan waktu pemberangkatan. Sehingga saya akan merekomendasikan kepada orang lain, karena memang cukup menguntungkan.

Peneliti : Terima kasih atas waktu dan informasinya ibu

Responden : Sama-sama mbak.

Lampiran 14

Foto Penelitian



Gambar 1. Konsumen sedang mengisi angket yang diberikan oleh peneliti



Gambar 2. Peneliti sedang mewawancarai konsumen melalui antrian loket



Gambar 3. Konsumen membeli tiket melalui mesin e-kiosk



Gambar 4 : Peneliti mewawancari konsumen melalui mesin e-kiosk




Gambar 5 : Suasana di loket stasiun



Gambar 6: Suasana di loket stasiun

Lampiran 15

Surat Ijin Penelitian

 KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
Jalan Kalimantan Nomor 37 Kampus Bumi Tegalboto Jember 68121
Telepon: 0331- 334988, 330738 Faks: 0331-332475
Laman: www.fkip.unej.ac.id

Nomor **2141** /UN25.1.5/LT/2017 23 MAR 2017
Lampiran : Proposal Skripsi
Hal : Permohonan Izin Penelitian

Yth. Vice President PT Kereta Api Daop 9 Jember
Di Jember

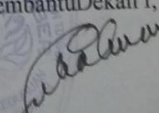
Dalam rangka memperoleh data-data yang diperlukan untuk penyusunan Skripsi, mahasiswa FKIP Universitas Jember tersebut di bawah ini:

Nama : Ferlin Rosalina
NIM : 120210301099
Jurusan : Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial
Program Studi : Pendidikan Ekonomi

Bermaksud mengadakan Penelitian di PT Kereta Api Indonesia yang Saudara pimpin dengan judul: "Perbedaan Persepsi Kepuasan Pelanggan Dalam Membeli Tiket Kereta Api Offline dan Online Pada PT Kereta Api Indonesia Daop 9 Jember".

Sehubungan dengan hal tersebut, mohon Saudara berkenan memberikan izin dan sekaligus memberikan bantuan informasi yang diperlukan.

Demikian atas perhatian dan kerjasama yang baik kami sampaikan terimakasih.


a.n. Dekan
Pembantu Dekan I,
Dr. Sukatman, M.Pd.
NIP.19640123 199512 1 001

Lampiran 16

Surat Selesai Penelitian

1/3/2017

System



Jember, 23 Maret 2017

Nomor : KE.105/I/1/DO.9-2017
Sifat : Terbatas
Lampiran : 1(satu) lembar
Perihal : Surat Ijin Penelitian



KE.105/I/1/DO.9-2017

Kepada Yth

Dekan I Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan

di

Tempat

1. Menunjuk surat Saudara nomor : 2141/UN25.1.5/LT/2017 tanggal 23 Maret 2017 perihal permohonan ijin Penelitian/wawancara, bersama ini disampaikan bahwa pada dasarnya kami menyetujui dan memberikan ijin kepada :

Ferlin Rosalina, Nik.120210301099 Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

2. untuk melakukan Penelitian /wawancara di Unit Pengusahaan (Angkutan Penumpang dan Barang) Kantor Daop 9 Jember, dengan ketentuan mentaati semua aturan yang berlaku pada Perusahaan dan menyerahkan 1 (satu) Laporan hasil skripsi .

3. Kegiatan dapat dilaksanakan pada

Hari : Senin 27 Maret 2017 s.d selesai

Pukul : 09:00 WIB s.d selesai

Tempat : Kantor Daop 9 Jember.

4. Demikian disampaikan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.



Manager Hukum dan Humasda,

LUQMAN ARIF

NIPR. 38007

Tembusan Internal:

<https://rdsv2.kereta-api.co.id/index.php?site=nd>

1/2

Lampiran 17

Lembar Konsultasi



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
 UNIVERSITAS JEMBER
 FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
 Alamat : Jl. Kalimantan 37 Kampus Tegal Boto Kotak Pos 162
 Tlp./Fax (0331) 334 988 Jember 68121

LEMBAR KONSULTASI PENYUSUNAN SKRIPSI

Nama : Ferlin Rosalina
 NIM : 120210301099
 Jurusan/Program : Pendidikan IPS / Pendidikan Ekonomi
 Judul : Perbedaan Kepuasan Pelanggan yang Membeli Tiket Kereta Api
 Offline dengan Tiket Online Pada PT.Kereta Api Daop IX Jember
 Dosen Pembimbing I : Dra. Retna Ngesti S, M.P

KEGIATAN KONSULTASI

NO	Hari/Tanggal	Materi konsultasi	TT. Pembimbing I	
1.	Jum'at / 16 Sept 16'	Judul	1) <i>RT</i>	
2.	Jum'at / 23 Sept 16'	Bab I		2) <i>RT</i>
3.	Senin / 10 Okt 16'	Bab I, II	3) <i>RT</i>	
4.	Senin / 24 Okt 16'	Bab I, II, dan III		4) <i>RT</i>
5.	Jum'at / 25 Nov 16'	Bab I, II, III	5) <i>RT</i>	
6.	Jum'at / 30 Des 16'	Ace Seminar		6) <i>RT</i>
7.	Senin / 8 Mei 17'	Revisi proposal	7) <i>RT</i>	
8.	Jum'at / 11 Agt 17'	Bab IV		8) <i>RT</i>
9.	Senin / 21 Agt 17'	Bab IV	9) <i>RT</i>	
10.	Jum'at / 15 Sept 17'	Bab IV, V		10) <i>RT</i>
11.	Senin / 9 Okt 17'	Bab V	11) <i>RT</i>	
12.	Senin / 16 Oct 17'	Ace Ujian		12) <i>RT</i>
13.			13)	
14.				14)
15.			15)	

Catatan:

1. Lembar ini harus dibawa dan diisi setiap melakukan konsultasi
2. Lembar ini harus dibawa sewaktu seminar Proposal Skripsi dan Ujian Skripsi



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
 UNIVERSITAS JEMBER
 FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
 Alamat : Jl. Kalimantan 37 Kampus Tegal Boto Kotak Pos 162
 Tlp./Fax (0331) 334 988 Jember 68121

LEMBAR KONSULTASI PENYUSUNAN SKRIPSI

Nama : Ferlin Rosalina
 NIM : 120210301099
 Jurusan/Program : Pendidikan IPS / Pendidikan Ekonomi
 Judul : Perbedaan Kepuasan Pelanggan yang Membeli Tiket Kereta Api
 Offline dengan Tiket Online Pada PT. Kereta Api Daop IX Jember
 Dosen Pembimbing I : Hety Mustika Ani, S.Pd, M.Pd

KEGIATAN KONSULTASI

NO	Hari/Tanggal	Materi konsultasi	TT. Pembimbing I
1.	16 16 Sept 16	Judul	1) <i>[Signature]</i>
2.	Kamis / 22 Sept 16	Bab 1	2) <i>[Signature]</i>
3.	Senin / 24 Okt 16	Bab I, II, III	3) <i>[Signature]</i>
4.	Jum'at / 25 Nov 16	Bab II, III	4) <i>[Signature]</i>
5.	Jum'at / 30 Des 16	Acc Seminar.	5) <i>[Signature]</i>
6.	Jum'at / 12 Mei 17	Bab 4	6) <i>[Signature]</i>
7.	Senin / 7 Agt 17	Bab 4	7) <i>[Signature]</i>
8.	Jum'at / 18 Agt 17	Bab 4	8) <i>[Signature]</i>
9.	Selasa / 12 Sep 17	Bab 4	9) <i>[Signature]</i>
10.	Jum'at / 22 Sep 17	Bab 4	10) <i>[Signature]</i>
11.	Senin / 16 Okt 17	Bab 5	11) <i>[Signature]</i>
12.	Jum'at / 27 Okt 17	Bab 5	12) <i>[Signature]</i>
13.	Senin / 30 Okt 17	Acc Seminar Sidang	13) <i>[Signature]</i>
14.			14)
15.			15)

Catatan:

1. Lembar ini harus dibawa dan diisi setiap melakukan konsultasi
2. Lembar ini harus dibawa sewaktu seminar Proposal Skripsi dan Ujian Skripsi

Lampiran 18

Daftar Riwayat Hidup

A. Identitas

- 1. Nama : Ferlin Rosalina
- 2. Tempat,tanggal lahir : Probolinggo, 07 Februari 1994
- 3. Agama : Islam
- 4. Nama Ayah : Samuji
- 5. Nama Ibu : Rohana
- 6. Alamat
 - a.Asal : Jl. Ikan Belanak - Probolinggo
 - b.Jember : Jalan Nusa Indah Gang V/b No 6T, Jember Lor

B. Pendidikan

NO	NAMA SEKOLAH	TEMPAT	TAHUN LULUS
1.	SDN MAYANGAN V	Probolinggo	2006
2.	SMPN 3	Probolinggo	2009
3.	SMAN 1 DRINGU	Kabupaten Probolinggo	2012