

Analisis Pengaruh Harga Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Pembelian Tiket KAI

Rusdi Hidayat N.¹ Acep Samsudin², Wildan Izzan Azmi³, Innatus Solehah⁴, Krisna Rahmadani Pratama⁵, Faizah Radinka⁶, Arifania Pratiwi⁷, Syafira Widya Uni Putri⁸

^{1,2,3,4,5,6,7,8} Universitas Pembangunan 'Veteran' Jawa Timur

rusdi_hidayat.adbis@upnjatim.ac.id¹, acep.samsudin.adbis@upnjatim.ac.id²,
21042010047@student.upnjatim.ac.id³, 21042010098@student.upnjatim.ac.id⁴,
21042010147@student.upnjatim.ac.id⁵, 21042010224@student.upnjatim.ac.id⁶,
21042010254@student.upnjatim.ac.id⁷, 21042010296@student.upnjatim.ac.id⁸

ABSTRACT

The research in this journal aims to find out and analyze how the influence of price, promotion, and service quality variables on the decision making of purchasing tickets for rail transportation services sold by PT KAI (Kereta Api Indonesia). The method used in this research uses literature review analysis. The technique used in collecting data in this study was carried out by collecting a data base consisting of collecting national and international journals which were then grouped based on the topic of the problem and the research year that had been determined. Based on the results of the analysis analyzed using the literature review method, it was obtained that overall there were a number of factors that had an influence on decision making in purchasing train tickets sold by PT KAI (Kereta Api Indonesia), namely price, promotion and service quality. These three variables have a significant positive influence on the decision making of purchasing tickets for rail transportation services sold by PT KAI (Kereta Api Indonesia).

Keywords : Price Variables, Purchasing Decisions, Promotions, Service Quality.

ABSTRAK

Penelitian didalam jurnal ini memiliki tujuan untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruh dari variabel harga, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap pengambilan keputusan pembelian karcis jasa transportasi kereta api yang dijual oleh PT KAI (Kereta Api Indonesia). Metode yang digunakan didalam penelitian ini menggunakan analisis *literature review*. Teknik yang digunakan dalam mengumpulkan data dalam penelitian ini dilakukan dengan pengumpulan data base yang terdiri dari pengumpulan jurnal nasional dan juga jurnal internasional yang kemudian dikelompokkan berdasarkan topik permasalahan dan tahun penelitian yang telah ditentukan. Berdasarkan hasil analisis yang dianalisa menggunakan metode *literature review* diperoleh secara keseluruhan terdapat sejumlah faktor yang memiliki pengaruh terhadap pengambilan keputusan dalam pembelian tiket kereta api yang dijual oleh PT KAI (Kereta Api Indonesia) yaitu harga, promosi, dan kualitas pelayanan. Ketiga variabel tersebut mempunyai nilai pengaruh cukup positif yang signifikan dalam pengambilan keputusan pembelian tiket jasa transportasi kereta api yang dijual oleh PT KAI (Kereta Api Indonesia).

Kata Kunci : Variabel Harga, Keputusan Pembelian, Promosi, Kualitas Pelayanan.

PENDAHULUAN

Zaman yang sudah modern ini banyak digitalisasi yang sudah menjadi kebutuhan masyarakat Indonesia. Hal tersebut dibuktikan dengan berbagai macam perkembangan di dunia internet, Perkembangan internet di Indonesia telah meningkat sejak tahun 2000 dan

2011 dengan peningkatan sebesar 50 juta pengguna. Internet telah membantu banyak hal dalam kebutuhan masyarakat termasuk dalam hal melakukan transaksi yang memanfaatkan media - media internet dalam mendukung hubungan antar penjual dan pembeli. Adanya sebuah inovasi perkembangan internet dalam transaksi tentu membantu banyak orang dalam melakukan akses segala kebutuhan yang diperlukan dengan mudah dan cepat. Dalam melakukan hal tersebut tentu dilakukan mobilitas yaitu dengan berpindah dari tempat sebelumnya menuju tempat yang lain. Tentunya dalam perpindahan membutuhkan transportasi yang dapat bergerak cepat dan efisien.

Transportasi di era yang modern saat ini dinilai efisien dalam memangkas jarak dan waktu dalam mobilitas. Perkembangan kemajuan transportasi modern dinilai dapat meningkatkan dan menunjang setiap aktifitas manusia dalam menampung perjalanan dengan jumlah yang lebih besar serta dilakukan secara berkala. Di dalam negara Indonesia sendiri, alat transportasi darat yang sering dipakai adalah Kereta Api.

Perusahaan kereta api yang ada di Indonesia adalah perusahaan transportasi kereta yang dibawah naungan badan usaha milik negara (BUMN) dengan fokusnya untuk memperlancar mobilitas masyarakat serta mengangkut barang secara berkala agar efisien dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. PT Kereta Api Indonesia (KAI) tentunya berinovasi terus menerus untuk melakukan yang terbaik bagi para masyarakat agar bisa terpenuhi dan masyarakat bisa merasa tercukupi akan inovasi serta kualitas yang diberikan.

PT Kereta Api Indonesia (KAI) sadar terhadap tuntutan para konsumen dalam mendapatkan sebuah informasi yang cepat dan faktual. Salah satu cara yang digunakan oleh organisasi bisnis agar dapat bersaing adalah dengan memanfaatkan sistem informasi komunikasi. Hal ini dilakukan oleh perusahaan meskipun dampaknya yaitu mengeluarkan biaya yang besar dalam investasi terhadap sistem informasi komunikasi oleh Irwansyah dalam (Rifaldi et al., 2021).

Berdasarkan pernyataan diatas tentu PT Kereta Api Indonesia (KAI) harus memberikan sebuah solusi permasalahan dari para konsumen yaitu masalah tentang pemesanan tiket perjalanan kereta api secara elektronik. Perkembangan pemakaian tiket elektronik ini telah berkembang dengan sangat cepat seiring berjalannya perkembangan IPTEK yang berada di Indonesia. Solusi yang diberikan oleh pihak perusahaan kereta api sendiri adalah dengan membuat aplikasi KAI Access agar para konsumen dapat melakukan akses berbagai layanan dengan mudah dan cepat. Aplikasi ini dikembangkan dan di rilis oleh PT Kereta Api Indonesia (KAI) untuk dipakai masyarakat dalam memesan tiket baik perjalanan jauh, menengah dan lokal. Aplikasi ini tidak hanya menyediakan tiket penjualan tetapi juga menyediakan berbagai fitur macam pelayanan kepada konsumen.

Salah satu yang menjadi faktor dalam mempengaruhi konsumen saat melakukan keputusan pembelian adalah kualitas Layanan. Menurut Tjiptono dalam (Gumaeri & Maria, 2022) kualitas layanan merupakan pemenuhan kebutuhan konsumen serta ketepatan dalam penyampaian untuk merealisasikan harapan dari pelanggan. Kualitas layanan dapat diberikan oleh perusahaan kereta api dengan berupa kereta ataupun layanan yang terbaik

bagi para konsumen. Kepuasan dari konsumen akan tercipta bila perusahaan tersebut memberikan layanan yang berkualitas bagi konsumennya.

Keputusan pembelian oleh konsumen juga dapat dilihat dari promosi yang ditawarkan serta besar kecilnya harga yang ditawarkan. Konsumen akan berani membayar lebih jika layanan yang diberikan oleh perusahaan bisa memenuhi harapan yang diinginkan. Jika sebaliknya konsumen merasa kepuasan yang dirasakan tidak sesuai dengan harapannya, maka keinginan dalam membayar dengan mahal tidak akan dilakukan oleh konsumen tersebut.

Berdasarkan penjelasan diatas, peneliti menarik sebuah pokok bahasan yaitu tentang bagaimana analisis pengaruh harga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap pembelian tiket Kereta Api Indonesia (KAI). Hal ini bertujuan dalam mengetahui pengaruh harga, promosi, dan kualitas pelayanan pembelian tiket yang dijual oleh PT Kereta Api Indonesia (KAI).

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode *literatur review* yang diterapkan pada penyusunan jurnal secara sistematis dalam melakukan tindakan identifikasi serta evaluasi terhadap hasil dari penelitian jurnal dan hasil pemikiran oleh para peneliti sebelumnya. Teknik *literatur review* dalam sebuah penelitian merupakan cara pencarian sumber dari literatur nasional maupun internasional yang berkaitan dengan tujuan dan masalah penelitian. Sumber yang digunakan dalam penyusunan jurnal ini berasal dari Website Jurnal Nasional Dan Internasional dengan metode *literature review*.

B. Teknik Pengumpulan Data

Tipe 1

1. Tipe Studi

Desain penulisan dari jurnal ini merupakan *mix methods studi, cross sectional studi* dan analisis korelasi.

2. Kata Kunci

Kata kunci yang digunakan adalah Keputusan Pembelian Tiket Kereta Api.

3. Data Base

Penulisan jurnal menggunakan data dari penelitian *mix methods studi* yang sumbernya didapatkan data jurnal Nasional dan Internasional seperti *Google Scholar*.

4. Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan dari beberapa jurnal yang diambil merupakan sebuah cara dalam menyelesaikan masalah dengan menelusuri sumber tulisan sebelumnya. Penulis menggunakan teknik *literature review* dalam pengumpulan sebuah data.

Teknik pengumpulan data *literatur review* dilakukan dengan mendiskusikan serta membagi sumber dari tema atau topik yang didapat. Pembagian tema dan topik penelitian didapatkan dengan jenis topik yang penting serta memperkuat penelitian.

Tahapan dalam mengumpulkan *literature review* dilakukan dengan mencari jurnal berdasarkan topik yang digunakan, penggolongan jurnal dikaitkan dengan tahun dan topik yang baru.

Jurnal yang dicari diterbitkan tahun 2020-2022 dengan kata kunci pencarian "Keputusan Pembelian Tiket Kereta Api" yang dapat dikatakan hasil dari relevansi topik dan isi jurnal.

Pencarian dilakukan dengan media *Google Scholar* dengan kata kunci "Keputusan Pembelian Tiket Kereta Api" menghasilkan beberapa jurnal namun yang digunakan hanya 5 jurnal. Jika jurnal sudah terkumpul maka penyusun mengelompokkan beberapa jurnal yang didapat dengan kesesuaian topik. Penyusun selanjutnya akan membagi jurnal dengan berdasarkan tahun dari penelitian tersebut. Jurnal yang diutamakan adalah jurnal yang disusun 5 tahun terakhir.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam teknik pengumpulan data *literature review* yang melibatkan kategorisasi dan pembahasan sumber tema atau isu, maka dapat diketahui adanya dampak pada pembelian tiket yang dipengaruhi dari segi harga, promosi, dan kualitas layanan. Untuk mengumpulkan data yang relevan dan sesuai, penulis melakukan studi pustaka secara berkelanjutan dan bertahap sebelum mendapatkan data yang sesuai dan benar-benar relevan.

Setelah dilakukan analisis terhadap lima jurnal yang relevan, diketahui bahwa dua diantaranya menggunakan pendekatan kuantitatif dan alat ukur skala likert, satu menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dan teknik *non-probability sampling* dan *incidental sampling*, satu menggunakan pendekatan kuantitatif dan data dikumpulkan menggunakan metode *judgmental sampling*, dan jurnal terakhir menggunakan pendekatan kuantitatif dan teknik pengumpulan datanya menggunakan penyebaran kuesioner serta teknik analisa yang digunakan menggunakan regresi linier berganda.

Dari kelima jurnal ini memperoleh hasil yang berbeda pula, jurnal yang pertama dengan judul yaitu Analisis Pengaruh *Trust, Application Quality, Perceived Usefulness* Terhadap *Intention To Purchase* dan *Actual System Use* (Studi Kasus Pada Aplikasi KAI Access) hasil dari penelitian ini ialah terdapat hasil positif dari hipotesis kecuali H1 yang telah dilakukan karena memiliki *p-value* 0,05 dengan *value of beta* yang positif. Terdapat penolakan dari H1 yang disebabkan oleh model struktural. Hasil 0,811 ini merujuk pada *R square*, variabel *Trust, Application Quality, Perceived Usefulness* dapat dijabarkan sebanyak 81,1% dalam penelitian yang sudah dilakukan. Selanjutnya *Intention to Purchase* ini sangat berkontribusi secara signifikan dan positif sebesar 52,5% ke *actual system use*. Jadi dapat disimpulkan penelitian 1 ini bahwa hipotesis 1 *Trust* berpengaruh positif yang signifikan dengan *Intention to Purchase*. Pengaruh antara *Application Quality* dan *Intention to*

Purchase ini hasilnya yaitu ditolak sebab *p-value* yang dimilikinya lebih besar dari 0,05 dan *T-value* lebih kecil dari 1,96. Sedangkan hipotesis 2,3, dan 4 diterima karena memiliki *p-value* lebih kecil dari 0,05, *T-Value* lebih besar dari 1,96 dan memiliki koefisien yang positif.

Jurnal kedua, berjudul Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Tiket Kereta Api Di Kota Cirebon didapat bahwa terdapat berapa hal yang memiliki pengaruh dalam pembelian tiket kereta api. Faktor tersebut ialah faktor dari produk dan jasa (pelayanan), perbandingan biaya, kelayakan suatu produk dan jasa (fasilitas), dan psikologi. Diantara faktor-faktor tersebut, faktor yang sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian tiket kereta api ialah faktor produk atau jasa (pelayanan) yakni terhadap perilaku petugas *boarding* yang ramah, kemampuan *customer service* dalam menjelaskan informasi, harga tiket sudah sesuai dengan pelayanan yang dirasakan, kredibilitas dan reputasi perusahaan yang dinilai baik dan menggunakan kereta api karena percaya terhadap kualitas layanan KAI.

Jurnal ketiga, berjudul pengaruh *E-Service Quality* Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta Api Melalui Aplikasi KAI Access Tahun 2020. Melalui jurnal ini mendapatkan besaran nilai *E-Service Quality* 79,46% dalam kategori baik, serta pada nilai Keputusan Pembelian 82,78% dalam dikategorikan sangat baik. Pengaruh *E-Service Quality* terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai 30,7% pengaruh dan sisa 69,3% dipengaruhi oleh beberapa variabel lain yang bukan dalam penelitian ini. Penelitian ini juga terdapat adanya kesamaan regresi linear sederhana yaitu $Y = 14,884 + 0,410X$, maksudnya ketika faktor *E-Service Quality* terdapat peningkatan sejumlah 1 maka Keputusan dalam Pembelian sebesar 0,410. Persentase besar bagi *E-Service Quality* pada PT Kereta Api Indonesia berarti bahwa pelayanan dari PT Kereta Api Indonesia memberikan sesuatu yang sudah sesuai dengan harapan para konsumen.

Jurnal keempat, berjudul Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Aplikasi KAI Access yang di dapat bahwa adanya sebuah harga, promosi, dan kualitas pelayanan sangat memiliki banyak pengaruh positif terhadap keputusan dalam pembelian. Di jurnal ini pengaruh harga dalam keputusan membeli sebuah tiket adalah harga yang semakin terjangkau dan manfaat yang lebih baik mendorong konsumen dalam memilih keputusan dalam membeli tiket. Hal ini dapat memiliki pengaruh cukup baik untuk harga yang ditawarkan kepada para konsumen karena konsumen selalu mencari harga terjangkau dan mempertimbangkan kesesuaian fasilitas serta kenyamanan yang mereka harapkan. Promosi juga berpengaruh dalam keputusan pembelian oleh para konsumen, promosi selalu memberikan hal positif dengan cara memberi ide mudah didalam ponsel setiap konsumen. Sedangkan dalam pengaruh kualitas layanan juga sangat berpengaruh dalam memenuhi keinginan konsumen. Realitanya kualitas layanan yang diberikan banyak dinilai cukup puas oleh para konsumen terhadap PT Kereta Api Indonesia karena sudah mampu memenuhi keinginan yang mereka harapkan bahkan hanya melalui telepon genggam lewat aplikasi yang mereka terbitkan.

Jurnal kelima, berjudul Pengaruh Promosi dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Jasa Transportasi Kereta Api Di Tengah Pandemi Studi Kasus Penumpang Kereta Api Stasiun Cikampek. Di dalam jurnal ini didapat hasil bahwa terlihat adanya sebuah pengaruh yang cukup signifikan dan positif antara promosi didalam keputusan pembelian jasa transportasi secara parsial sebesar $0,000 < 0,05$ atau $3,853 > 1,9847$, terdapat pula pengaruh positif terhadap kualitas layanan dalam pembelian tiket kereta api sebesar $0,000 < 0,05$ atau $48,893 > 3,09$. Dengan ini diketahui bahwa keputusan dalam membeli tiket kereta berpengaruh secara simultan dikarenakan adanya variabel promosi dan kualitas layanan dari perusahaan jasa tersebut.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan, memperoleh hasil serta pembahasan yang telah dijabarkan diatas, sehingga kesimpulan yang dapat diambil yaitu dari jurnal 1 hingga 5 memiliki korelasi dari hasil data analisis yang sudah dilakukan. Sehingga dapat dikatakan bahwa adanya pengaruh dari segi promosi, harga, serta kualitas pelayanan menjadi faktor utama pembelian tiket KAI. Hal ini dibuktikan dari semua jurnal yang sudah diolah datanya dan dianalisis, membuktikan: (1). Hubungan yang signifikan dan dapat diartikan secara positif antara kualitas dan layanan terhadap pembelian tiket KAI sehingga pembelian tiket dapat terus naik. (2) peningkatan aplikasi KAI ACSESS supaya masyarakat dapat percaya terhadap pelayanan PT Kereta Api Indonesia yang diberikan. (3). Adanya pengaruh terhadap harga, promosi dan kualitas layanan yang signifikan dan dapat dikatakan positif terhadap pembelian tiket KAI karena pada harga yang terjangkau serta promosi dengan adanya pemberitahuan bahwa produk jasa ini memiliki manfaat yang dimana nantinya akan mendorong pelanggan untuk membeli dan membuat keputusan pembelian tiket tersebut, sebab pelanggan pastinya akan lebih tertarik kepada harga yang cukup sesuai dengan manfaat yang diberikan sehingga fasilitas nya yang diberikan pula juga sepadan dengan harga yang sudah disesuaikan oleh PT Kereta Api Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfarizi, D. C., & Rismawati, R. (2021). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Aplikasi Kai Acces (Akses Kereta Api Indonesia). *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 10(2).
- Andriani, A., Afriansyah, H., & R. (2019, June 28). Teori dalam Pengambilan Keputusan. <https://doi.org/10.31227/osf.io/i9fra>
- Gumaeri, F., & Hendriyani, R. M. (2022). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Jasa Transportasi Kereta Api Di Tengah Pandemi Studi Kasus Penumpang Kereta Api Stasiun Cikampek. *YUME: Journal of Management*, 5(3), 64-75.

- Kusmartiyah, E., & Hanifa, F. H. (2020). Pengaruh E-service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta Api Melalui Aplikasi Kai Access Tahun 2020. *eProceedings of Applied Science*, 6(2).
- Nabil, M. A., & Rennyta, Y. (2020). Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Tiket Kereta Api Di Kota Cirebon (studi Pada Konsumen Pt. Kereta Api Indonesia (persero) Daop 3 Cirebon 2020). *eProceedings of Applied Science*, 6(2).
- Rifaldi, A., Wicaksono, B. T., & Putra, D. F. (2021). Analisis Pengaruh Trust, Application Quality, Perceived Usefulness Terhadap Intention to Purchase Dan Actual System Use (Studi Kasus Pada Aplikasi Kai Access). *EqienJurnal Ekonomi dan Bisnis*, 8(2), 394-404.
- Syaekhu, A. d. (2021). Teori Pengambilan Keputusan. *Yogyakarta: Zahir Publishing*.