

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Gambaran Umum PT Kereta Api Indonesia

PT Kereta Api Indonesia (Persero), selanjutnya disebut sebagai KAI atau Perusahaan adalah Badan Usaha Milik Negara yang menyediakan, mengatur, dan mengurus jasa angkutan kereta api di Indonesia. KAI didirikan sesuai dengan akta tanggal 1 Juni 1999 No. 2 yang dibuat dihadapan Imas Fatimah, S.H., Sp.N., Notaris di Jakarta, dan kemudian diperbaiki kembali sesuai dengan akta tanggal 13 September 1999 No. 14. Akta pendirian tersebut telah mendapat pengesahan dari Menteri Kehakiman Republik Indonesia melalui Surat Keputusan tanggal 1 Oktober 1999 No. C-17171 HT.01.01.TH.99 dan telah diumumkan dalam Berita Negara Republik Indonesia tanggal 14 Januari 2000 No. 4 Tambahan No. 240/2000. Riwayat KAI dibagi menjadi tiga periode, yaitu (1) masa kolonial, (2) sebagai lembaga pelayanan publik, dan (3) sebagai perusahaan jasa (KAI, 2014).

Pada masa kolonial, industri perkeretaapian dimulai pada tahun 1864 ketika *Namlooze Venootschap Nederlanche Indische Spoorweg Maatschappij* memprakarsai pembangunan jalan kereta api dari Semarang ke Surakarta, Jawa Tengah. Sejak itu tiga perusahaan lain berinvestasi membangun jalurjalur kereta api di dalam dan luar Pulau Jawa. Perusahaan yang terlibat dalam industri kereta api zaman kolonial adalah *Staat Spoorwegen*, *Verenigde Spoorwegenbedrijf*, dan *Deli Spoorwegen Maatscappij*. Periode sebagai lembaga pelayanan publik

bermula pada masa awal kemerdekaan Indonesia, yaitu pada tanggal 25 Mei 1963 berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 22 Tahun 1963, pemerintah Republik Indonesia membentuk Perusahaan Negara Kereta Api (PNKA). Pada 15 September 1971 berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 61 Tahun 1971, PNKA diubah menjadi Perusahaan Jawatan Kereta Api (PJKA) (KAI, 2014).

Status sebagai Perusahaan Negara dan Perusahaan Jawatan, KAI saat itu beroperasi melayani masyarakat dengan dana subsidi dari pemerintah. Babak baru pengelolaan KAI dimulai ketika PJKA berubah menjadi Perusahaan Umum Kereta Api (Perumka) berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 57 Tahun 1990. Status barunya sebagai perusahaan umum, Perumka berupaya untuk mendapatkan laba dari jasa yang disediakan. Untuk jasa layanan penumpang, Perumka menawarkan tiga kelas layanan, yaitu kelas eksekutif, bisnis, dan ekonomi (KAI, 2014).

Pada tanggal 31 Juli 1995, Perumka meluncurkan layanan kereta api penumpang kelas eksekutif dengan merek Kereta Api Argo Bromo JS-950 dan dikembangkan menjadi Kereta Api (KA) Argo Bromo Anggrek yang dioperasikan sejak tanggal 24 September 1997. Pengoperasian KA Argo Bromo Anggrek mengawali pengembangan KA merek Argo lainnya, seperti KA Argo Lawu, KA Argo Mulia, dan KA Argo Parahyangan (KAI, 2014).

Untuk mendorong Perumka menjadi perusahaan bisnis jasa, pada tanggal 3 Februari 1998 pemerintah menetapkan pengalihan bentuk Perusahaan Umum (Perum) Kereta Api menjadi Perusahaan Perseroan (Persero) berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 19 Tahun 1998. Dengan status barunya, KAI beroperasi

sebagai lembaga bisnis yang berorientasi laba. Untuk tetap menjalankan sebagian misinya sebagai organisasi pelayanan publik, pemerintah menyediakan dana *Public Service Obligation* (PSO). KAI pada awalnya hanya melaksanakan kegiatan usaha layanan jasa perkeretaapian, namun seiring dengan dinamika dunia usaha dan berkembangnya tuntutan pasar, KAI saat ini juga melaksanakan kegiatan usaha penunjang lainnya dengan memanfaatkan sumber daya yang dimilikinya, yaitu meliputi antara lain pengelolaan properti yang terkait dengan jasa kereta api, pariwisata berbasis kereta api, restoran di kereta api (*on train services*) dan di stasiun, termasuk jasa catering dan distribusi logistic. Dalam menjalankan bisnisnya, KAI terus berupaya menerapkan standar terbaik di bidangnya berdasarkan sistem manajemen yang berlaku (KAI, 2014).

PT Kereta Api Indonesia memiliki visi dan misi sebagai tujuan perusahaan kedepan yaitu: Visi PT. KAI menjadi penyedia jasa perkeretaapian terbaik yang fokus pada pelayanan pelanggan dan memenuhi harapan *stakeholders*. Misi PT. KAI menyelenggarakan bisnis perkeretaapian dan bisnis usaha penunjangnya, melalui praktek bisnis dan model organisasi terbaik untuk memberikan nilai tambah yang tinggi bagi *stakeholders* dan kelestarian lingkungan berdasarkan 4 (empat) pilar utama : keselamatan, ketepatan waktu, pelayanan dan kenyamanan (KAI, 2014).

Daerah Operasi VIII Surabaya atau disingkat dengan Daop 8 Surabaya atau Daop VIII SB adalah salah satu daerah operasi perkeretaapian Indonesia, di bawah lingkungan PT Kereta Api Indonesia (Persero) yang berada di bawah Direksi PT Kereta Api Indonesia dipimpin oleh seorang *Executive Vice*

President (EVP) yang berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Direksi PT Kereta Api Indonesia. Stasiun utama di Daop VIII adalah Stasiun Surabaya Gubeng, Surabaya Pasarturi, Surabaya Kota / Semut, Sidoarjo, Mojokerto, Blitar, Malang, Wonokromo, dan Lamongan. Dipo Lokomotif terbesar, yakni Dipo Lokomotif Sidotopo (SDT), berada dalam kompleks Stasiun Sidotopo (KAI, 2014).

2. Gambaran Umum Kereta Api Maharani

Kereta api Maharani adalah kereta api ekonomi milik PT Kereta Api Indonesia di Jawa yang melayani trayek Surabaya Pasar Turi-Semarang Poncol. Rangkaian kereta api ini menggunakan rangkaian kereta api Kertajaya. Kereta api ini diluncurkan pada tanggal 7 Februari 2014, dan saat itu hanya sampai Stasiun Cepu, kemudian diperpendek hanya sampai Stasiun Lamongan dan pada mulai 1 Juni 2014, kereta api ini diperpanjang hingga Stasiun Semarang Poncol. Kereta api ini berhenti di Stasiun Lamongan, Stasiun Babat, Stasiun Bojonegoro, Stasiun Cepu, Stasiun Randublatung, Stasiun Ngrombo, Stasiun Semarang Tawang dan berakhir di Stasiun Semarang Poncol (KAI, 2014).

Nama Maharani diambil dari sebuah gua di Kabupaten Lamongan. Salah satu alasan lain peluncuran kereta api ini adalah supaya rangkaian kereta api yang tidak dipakai (*idle*) dapat dipakai untuk mengangkut penumpang lainnya (penambahan daya angkut pada trayek tertentu). Harga tiket KA Maharani pada 1 Juni 2014 adalah Rp. 55.000,-. Mulai 1 Januari 2015, harga tiket KA Maharani

menjadi Rp. 60.000,- hingga Rp. 90.000,- (Batas bawah dan batas atas) (KAI, 2014).

B. Deskripsi data Hasil Penelitian

1. Karakteristik Responden

Kuesioner untuk memperoleh data primer disebarkan kepada 200 responden yang merupakan penumpang kereta api Maharani jurusan Surabaya Pasarturi – Semarang Poncol maupun sebaliknya atau pulang pergi. Persyaratan yang harus dipenuhi yaitu responden tersebut telah memenuhi kriteria yang telah ditetapkan yakni telah memesan tiket online lebih dari dua kali dan semua proses dari pembelian tiket online hingga pembayaran juga penukaran tiketnya dilakukan oleh responden sendiri. Pernyataan dalam kuesioner sebanyak 39 buah yang dibagi dalam 2 bagian, yaitu 4 pertanyaan data pribadi responden dan 35 pernyataan yang berhubungan dengan judul penelitian. Jawaban yang diperoleh dari masing-masing responden kemudian diklasifikasikan dan disajikan dalam bentuk tabel sebagai berikut.

a) Jenis Kelamin Responden

Gambaran mengenai karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada Tabel 4.1 sebagai berikut:

TABEL 4.1
KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN JENIS KELAMIN

| Jenis Kelamin | Jumlah | Persentasi |
|---------------|--------|------------|
| Pria | 118 | 59% |
| Wanita | 82 | 41% |
| | 200 | 100% |

Sumber: Angket

Pada Tabel 4.1 dapat diketahui bahwa dari 200 responden, 118 berjenis kelamin pria dan 82 berjenis kelamin wanita dengan persentase 59% dan 41%. Hal itu menunjukkan bahwa mayoritas responden pengguna KA Maharani adalah pria.

b) Usia Responden

Gambaran mengenai karakteristik responden berdasarkan usia dapat dilihat pada Tabel 4.2 sebagai berikut:

TABEL 4.2
KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN USIA

| Usia | Jumlah | Persentasi |
|--------------|--------|------------|
| 17-20 tahun | 48 | 24,0% |
| 21-30 tahun | 97 | 48,5% |
| 31-40 tahun | 32 | 16,0% |
| 41- 50 tahun | 15 | 7,5% |
| > 50 tahun | 8 | 4,0% |
| | 200 | 100,0% |

Sumber: Angket

Pada Tabel 4.2 dapat diketahui bahwa mayoritas responden yang berusia antara 21-30 tahun, yaitu sebanyak 97 responden atau sebesar 48,5%, sedangkan yang berusia antara 17-20 tahun sebanyak 48 responden atau sebesar 24,0%, berusia antara 31-40 tahun sebanyak 32 responden atau sebesar 16,0%, berusia antara 41-50 tahun sebanyak 15 responden atau sebesar 7,5%, berusia lebih dari 50 tahun berjumlah 8 responden atau sebesar 4,0%.

c) Pekerjaan Responden

Pekerjaan responden merupakan suatu aktifitas utama yang dilakukan oleh responden. Pengelompokan responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada Tabel 4.3 sebagai berikut:

TABEL 4.3
KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN PEKERJAAN

| Pekerjaan | Jumlah | Persentasi |
|------------------|---------------|-------------------|
| Mahasiswa | 57 | 28,5% |
| Pegawai Negeri | 26 | 13,0% |
| Wiraswasta | 44 | 22,0% |
| Pegawai Swasta | 68 | 34,0% |
| Pensiunan | 5 | 2,5% |
| | 200 | 100,0% |

Sumber: Angket

Penjelasan Tabel 4.3, dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa mayoritas responden merupakan Pegawai swasta, yaitu sebanyak 68 responden atau sebesar 34,0%, kemudian mahasiswa, yaitu sebanyak 57 responden atau sebesar 28,5%, lalu wiraswasta, yaitu sebanyak 44 responden atau sebesar 22,0%, pegawai negeri, yaitu sebanyak 26 responden atau sebesar 13,0%, dan yang terakhir pensiunan, yaitu sebanyak 5 responden atau sebesar 2,5%.

d) Frekuensi Menggunakan Kereta Api Maharani

Gambaran frekuensi responden menggunakan kereta api Maharani dapat dilihat pada Tabel 4.4

TABEL 4.4
KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN FREKUENSI
MENGGUNAKAN KA MAHARANI

| Frekuensi | Jumlah | Persentasi |
|------------------|---------------|-------------------|
| 1 - 2 kali | 58 | 29,0% |
| 3 - 4 kali | 87 | 43,5% |
| 5 - 6 kali | 35 | 17,5% |
| lebih 6 kali | 20 | 10,0% |
| | 200 | 100,0% |

Sumber: Angket

Pada Tabel 4.4 deskripsi responden berdasarkan frekuensi menggunakan KA Maharani pada penelitian ini terbagi dalam empat kelompok yaitu rentang 1-2 kali, 3-4 kali, 5-6 kali, dan lebih dari 6 kali. Sehingga dapat disimpulkan bahwa frekuensi responden dengan rentang 3-4 kali merupakan jumlah tertinggi sebanyak 87 responden dengan persentase 43,5% dan yang memiliki jumlah terendah yaitu lebih dari 6 kali sebanyak 20 responden dengan persentase 10,0%.

e) Frekuensi Memesan Tiket KA Maharani Secara Online

Gambaran Frekuensi Memesan Tiket KA Maharani Secara Online dapat dilihat pada Tabel 4.5

TABEL 4.5
KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN FREKUENSI
MEMESAN TIKET KA MAHARANI SECARA ONLINE

| Frekuensi | Jumlah | Persentasi |
|------------------|---------------|-------------------|
| 3 - 4 kali | 111 | 55,5% |
| 5 - 6 kali | 48 | 24,0% |
| lebih 6 kali | 41 | 20,5% |
| | 200 | 100,0% |

Sumber: Angket

Pada Tabel 4.5 deskripsi responden berdasarkan frekuensi Memesan Tiket KA Maharani Secara Online pada penelitian ini terbagi dalam empat kelompok yaitu rentang 3-4 kali, 5-6 kali, dan lebih dari 6 kali. Sehingga dapat disimpulkan bahwa frekuensi responden dengan rentang 3-4 kali merupakan jumlah tertinggi sebanyak 111 responden dengan persentase 55,5% dan yang memiliki jumlah terendah yaitu lebih dari 6 kali sebanyak 41 responden dengan persentase 20,5%.

C. Uji validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Ferdinand (2002:63), validitas adalah tingkat akurasi yang dicapai oleh sebuah indikator dalam menilai sesuatu atau akuratnya pengukuran atas apa yang seharusnya diukur. Konsistensi internal akan memberikan indikasi adanya kesamaan indikator dalam mengukur konstruk yang tak dapat diukur secara langsung (*unobserved*), uji konsistensi internal dilakukan atas item-item pernyataan pada kuesioner, yaitu dengan jalan menghitung *corrected item to total correlation*. Item yang dapat dikatakan konsisten secara internal apabila item memiliki korelasi dengan skor total $\geq 0,3$. Apabila nilai tersebut $\geq 0,3$ maka suatu pernyataan dianggap valid. Sebaliknya jika bernilai lebih kecil dari 0,3 maka suatu pernyataan dianggap tidak valid dan tidak dapat dilanjutkan untuk proses selanjutnya (Solimun, 2002:55). Setelah dilakukan pengujian, hasil selengkapnya dapat dilihat pada Tabel 4.6

TABEL 4.6
UJI VALIDITAS INTERNAL PADA TAHAP I

| Variabel | Item | <i>Corrected item to total correlation</i> | Keterangan |
|----------------------------|-------------|---|-------------------|
| Kualitas Layanan Online | Esq1 | 0,066 | Tidak Valid |
| | Esq2 | 0,501 | Valid |
| | Esq3 | 0,513 | Valid |
| | Esq4 | 0,548 | Valid |
| | Esq5 | 0,393 | Valid |
| | Esq6 | 0,093 | Tidak Valid |
| | Esq7 | 0,573 | Valid |
| | Esq8 | 0,076 | Tidak Valid |
| | Esq9 | 0,562 | Valid |
| | Esq10 | 0,274 | Valid |
| | Esq11 | 0,533 | Valid |
| | Esq12 | 0,457 | Valid |
| | Esq13 | 0,543 | Valid |
| | Esq14 | 0,567 | Valid |
| | Esq15 | 0,571 | Valid |
| | Esq16 | 0,082 | Tidak Valid |
| | Esq17 | 0,155 | Tidak Valid |
| | Esq18 | 0,499 | Valid |
| | Esq19 | 0,571 | Valid |
| | Esq20 | 0,527 | Valid |
| Kepuasan | Stf1 | 0,552 | Valid |
| | Stf2 | 0,227 | Tidak Valid |
| | Stf3 | 0,564 | Valid |
| | Stf4 | 0,245 | Tidak Valid |
| | Stf5 | 0,608 | Valid |
| | Stf6 | 0,265 | Valid |
| Loyalitas | Lyt1 | 0,541 | Valid |
| | Lyt2 | 0,575 | Valid |
| | Lyt3 | 0,537 | Valid |
| | Lyt4 | 0,549 | Valid |
| | Lyt5 | 0,590 | Valid |
| | Lyt6 | 0,604 | Valid |

| | | | |
|--|------|-------|-------|
| | Lyt7 | 0,635 | Valid |
|--|------|-------|-------|

Sumber : Lampiran

Pada Tabel 4.6 menunjukkan validitas dari masing-masing item. Validitas sebuah alat ukur diketahui dengan cara mengkorelasikan skor masing-masing item dengan skor total item. Item atau indikator dinyatakan valid jika r hitung atau nilai *corrected item total correlation* mempunyai nilai lebih besar dari r standar, yaitu 0,3 (Solimun, 2002:55). Karena ada sembilan item yang mempunyai nilai dibawah 0,3 yaitu esq1 dengan nilai 0,066, esq6 dengan nilai 0,093, esq8 dengan nilai 0,076, esq16 dengan nilai 0,082, esq17 dengan nilai 0,155, stf2 dengan nilai 0,227, stf4 dengan nilai 0,245, maka indikator tersebut tidak bisa digunakan dalam proses selanjutnya. Hasil uji ulang validitas internal dapat dilihat pada Tabel 4.7.

TABEL 4.7
UJI ULANG VALIDITAS INTERNAL PADA TAHAP II

| Variabel | Item | <i>Corrected item to total correlation</i> | Keterangan |
|-------------------------|-------|--|------------|
| Kualitas Layanan Online | Esq2 | 0,546 | Valid |
| | Esq3 | 0,513 | Valid |
| | Esq4 | 0,548 | Valid |
| | Esq5 | 0,393 | Valid |
| | Esq7 | 0,580 | Valid |
| | Esq9 | 0,585 | Valid |
| | Esq10 | 0,386 | Valid |
| | Esq11 | 0,567 | Valid |
| | Esq12 | 0,503 | Valid |
| | Esq13 | 0,564 | Valid |
| | Esq14 | 0,611 | Valid |
| | Esq15 | 0,608 | Valid |
| | Esq18 | 0,532 | Valid |

| | | | |
|-----------|-------|-------|-------|
| | Esq19 | 0,646 | Valid |
| | Esq20 | 0,516 | Valid |
| Kepuasan | Stf1 | 0,489 | Valid |
| | Stf3 | 0,601 | Valid |
| | Stf5 | 0,621 | Valid |
| | Stf6 | 0,340 | Valid |
| Loyalitas | Lyt1 | 0,608 | Valid |
| | Lyt2 | 0,629 | Valid |
| | Lyt3 | 0,533 | Valid |
| | Lyt4 | 0,607 | Valid |
| | Lyt5 | 0,690 | Valid |
| | Lyt6 | 0,642 | Valid |
| | Lyt7 | 0,695 | Valid |

Sumber : Lampiran

Dari hasil data pada Tabel 4.7 ditunjukkan dengan *Corrected item to total correlation* pada masing –masing variabel $\geq 0,3$ dan dinyatakan valid sehingga dapat digunakan untuk tahap penelitian selanjutnya.

2. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas digunakan untuk mengetahui sampai sejauh mana item, skala atau instrumen dapat memberikan hasil yang konstan apabila dilakukan pengukuran ulang dengan skala tersebut (Maholtra, 2005:267). Cara untuk menghitung reliabilitas item pengukuran adalah dengan menghitung koefisien reliabilitas *Cronbach's Alpha*. Item pengukuran dikatakan reliabel jika memiliki koefisien alfa $\geq 0,6$ (Maholtra, 2005:268).

TABEL 4.8
UJI RELIABILITAS VARIABEL PENELITIAN

| Variabel | Cronbach Alpha | Keterangan |
|--|----------------|------------|
| Kualitas Layanan Online | 0,754 | Reliabel |
| Kepuasan | 0,734 | Reliabel |
| Loyalitas | 0,725 | Reliabel |
| Kualitas Layanan Online, Kepuasan, Loyalitas (Total) | 0,748 | Reliabel |

Sumber : lampiran

Dalam Tabel 4.8 menunjukkan nilai reliabilitas dari kualitas layanan online, kepuasan, loyalitas dan total variabel, menunjukkan nilai reliabilitas dari masing –masing variabel mempunyai koefisien alfa $\geq 0,6$. Dengan demikian, item pengukuran pada masing-masing variabel dinyatakan reliabel dan selanjutnya dapat digunakan dalam penelitian.

TABEL 4.9
UJI RELIABILITAS PENELITIAN

| Variabel | Item | Alpha | Keterangan |
|-------------------------|-------|-------|------------|
| Kualitas layanan online | esq5 | 0,744 | Reliabel |
| | esq7 | 0,736 | Reliabel |
| | esq11 | 0,739 | Reliabel |
| | esq12 | 0,741 | Reliabel |
| | esq13 | 0,738 | Reliabel |
| | esq14 | 0,739 | Reliabel |
| | esq15 | 0,739 | Reliabel |
| | esq18 | 0,740 | Reliabel |
| | esq19 | 0,738 | Reliabel |
| | esq20 | 0,740 | Reliabel |
| | esq3 | 0,740 | Reliabel |
| | esq2 | 0,741 | Reliabel |
| | esq9 | 0,738 | Reliabel |
| | esq5 | 0,744 | Reliabel |
| | esq4 | 0,739 | Reliabel |
| | esq7 | 0,736 | Reliabel |

| | | | |
|-----------|------|-------|----------|
| Kepuasan | stf1 | 0,741 | Reliabel |
| | stf3 | 0,738 | Reliabel |
| | stf5 | 0,737 | Reliabel |
| Loyalitas | lyt1 | 0,737 | Reliabel |
| | lyt7 | 0,734 | Reliabel |
| | lyt2 | 0,738 | Reliabel |
| | lyt3 | 0,739 | Reliabel |
| | lyt4 | 0,736 | Reliabel |
| | lyt5 | 0,736 | Reliabel |
| | lyt6 | 0,735 | Reliabel |

Sumber : lampiran

Dari hasil data pada Tabel 4.9 ditunjukkan dengan koefisien alpha pada masing –masing variabel $\geq 0,6$ dan dinyatakan reliabel sehingga dapat digunakan untuk tahap penelitian selanjutnya.

D. Deskripsi Jawaban Responden Tiap Variabel

1. Kualitas Layanan Online

Variabel Kualitas Layanan Online terdapat 20 indikator, kedua puluh indikator disajikan dalam Tabel 4.10 berikut ini.

TABEL. 4.10

DESKRIPSI JAWABAN RESPONDEN UNTUK KUALITAS LAYANAN ONLINE

| Indikator | SKOR | | | | | | | | | | Total | Mean | Kategori |
|-----------|------|------|----|------|-----|-------|-----|-------|----|-------|-------|-------|----------|
| | 1 | | 2 | | 3 | | 4 | | 5 | | | | |
| 1 | 3 | 1,5% | 0 | 0% | 67 | 33,5% | 66 | 33% | 64 | 32% | 788 | 3,94 | 4 |
| 2 | 0 | 0% | 0 | 0% | 22 | 11% | 120 | 60% | 58 | 29% | 836 | 4,18 | 4 |
| 3 | 0 | 0% | 4 | 2% | 28 | 14% | 107 | 53,5% | 61 | 30,5% | 825 | 4,125 | 4 |
| 4 | 0 | 0% | 5 | 2,5% | 27 | 13,5% | 118 | 59% | 50 | 25% | 813 | 4,065 | 4 |
| 5 | 0 | 0% | 5 | 2,5% | 46 | 23% | 109 | 54,5% | 40 | 20% | 784 | 3,92 | 4 |
| 6 | 0 | 0% | 8 | 4% | 111 | 55,5% | 59 | 29,5% | 22 | 11% | 695 | 3,475 | 3 |
| 7 | 0 | 0% | 15 | 7,5% | 55 | 27,5% | 73 | 36,5% | 57 | 28,5% | 772 | 3,86 | 4 |
| 8 | 1 | 0,5% | 8 | 4% | 99 | 49,5% | 67 | 33,5% | 25 | 12,5% | 707 | 3,535 | 4 |

| | | | | | | | | | | | | | |
|----|---|----|---|------|----|-------|-----|-------|----|-------|-----|-------|---|
| 9 | 0 | 0% | 4 | 2% | 51 | 25,5% | 92 | 46% | 53 | 26,5% | 794 | 3,97 | 4 |
| 10 | 0 | 0% | 0 | 0% | 18 | 9% | 112 | 56% | 70 | 35% | 852 | 4,26 | 4 |
| 11 | 0 | 0% | 1 | 0,5% | 36 | 18% | 103 | 51,5% | 60 | 30% | 822 | 4,11 | 4 |
| 12 | 0 | 0% | 3 | 1,5% | 14 | 7% | 112 | 56% | 71 | 35,5% | 851 | 4,255 | 4 |
| 13 | 0 | 0% | 5 | 2,5% | 32 | 16% | 96 | 48% | 67 | 33,5% | 825 | 4,125 | 4 |
| 14 | 0 | 0% | 1 | 0,5% | 21 | 10,5% | 109 | 54,5% | 69 | 34,5% | 846 | 4,23 | 4 |
| 15 | 0 | 0% | 0 | 0% | 17 | 8,5% | 106 | 53% | 77 | 38,5% | 860 | 4,3 | 4 |
| 16 | 0 | 0% | 0 | 0% | 85 | 42,5% | 82 | 41% | 33 | 16,5% | 748 | 3,74 | 4 |
| 17 | 0 | 0% | 9 | 4,5% | 76 | 38% | 75 | 37,5% | 40 | 20% | 746 | 3,73 | 4 |
| 18 | 0 | 0% | 4 | 2% | 19 | 9,5% | 89 | 44,5% | 88 | 44% | 861 | 4,305 | 4 |
| 19 | 0 | 0% | 2 | 1% | 21 | 10,5% | 101 | 50,5% | 76 | 38% | 851 | 4,255 | 4 |
| 20 | 0 | 0% | 3 | 1,5% | 9 | 4,5% | 97 | 48,5% | 91 | 45,5% | 876 | 4,38 | 4 |

Sumber: Angket

Berdasarkan Tabel 4.10 menunjukkan tanggapan responden mengenai kualitas layanan online pengguna kereta api ekonomi maharani pada PT Kereta Api Daop VIII. Pada pernyataan ke-1 informasi pada *website* PT KAI kereta Maharani selalu di update, mayoritas responden memberikan jawaban dengan skor 3, yaitu sebanyak 67 orang atau sebesar 33,5% dari total 200 responden. Sedangkan nilai rata-rata dari jawaban responden diperoleh nilai sebesar 3,94. Nilai tersebut masuk dalam penilaian setuju (S). Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju informasi pada *website* PT KAI kereta Maharani selalu di update

Pada pernyataan ke -2 *Website* PT KAI kereta Maharani memuat halaman (*loading*) dengan cepat, mayoritas responden memberikan jawaban dengan skor 4, yaitu sebanyak 120 orang atau sebesar 60% dari total 200 responden. Sedangkan nilai rata-rata dari jawaban responden diperoleh nilai sebesar 4,18. Nilai tersebut masuk dalam penilaian setuju (S). Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju *website* PT KAI kereta Maharani memuat halaman (*loading*) dengan cepat.

Pada pernyataan ke-3 Konten PT KAI kereta Maharani secara mudah dapat ditemukan atau kemudahan dalam navigasi, mayoritas responden memberikan

jawaban dengan skor 4, yaitu sebanyak 107 orang atau sebesar 53,5% dari total 200 responden. Sedangkan nilai rata-rata dari jawaban responden diperoleh nilai sebesar 4,125. Nilai tersebut masuk dalam penilaian setuju (S). Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju kontenPT KAI kereta Maharani secara mudah dapat ditemukan atau kemudahan dalam navigasi.

Pada pernyataan ke-4 *Website* PT KAI kereta Maharani terdapat informasi lengkap tentang fitur produk dan layanan yang ditawarkan, mayoritas responden memberikan jawaban dengan skor 4, yaitu sebanyak 118 orang atau sebesar 59% dari total 200 responden. Sedangkan nilai rata-rata dari jawaban responden diperoleh nilai sebesar 4,065. Nilai tersebut masuk dalam penilaian setuju (S). Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju *website* PT KAI kereta Maharani terdapat informasi lengkap tentang fitur produk dan layanan yang ditawarkan.

Pada pernyataan ke-5 *website* PT KAI kereta Maharani berisi informasi tentang perusahaan, mayoritas responden memberikan jawaban dengan skor 4, yaitu sebanyak 109 orang atau sebesar 54,5% dari total 200 responden. Sedangkan nilai rata-rata dari jawaban responden diperoleh nilai sebesar 3,92. Nilai tersebut masuk dalam penilaian setuju (S). Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju *Website* PT KAI kereta Maharani berisi informasi tentang perusahaan.

Pada pernyataan ke-6 *website* PT KAI kereta Maharani menarik secara visual, mayoritas responden memberikan jawaban dengan skor 3, yaitu sebanyak 111 orang atau sebesar 55,5% dari total 200 responden. Sedangkan nilai rata-rata dari jawaban responden diperoleh nilai sebesar 3,475. Nilai tersebut masuk dalam

penilaian netral (N). Hal ini menunjukkan bahwa responden netral *website* PT KAI kereta Maharani menarik secara visual.

Pada pernyataan ke-7 ketika PT KAI kereta Maharani berjanji untuk mengadakan tiket promo dalam kurun waktu tertentu, perusahaan melakukannya, mayoritas responden memberikan jawaban dengan skor 4, yaitu sebanyak 73 orang atau sebesar 36,5% dari total 200 responden. Sedangkan nilai rata-rata dari jawaban responden diperoleh nilai sebesar 3,86. Nilai tersebut masuk dalam penilaian setuju (S). Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju ketika PT KAI kereta Maharani berjanji untuk mengadakan tiket promo dalam kurun waktu tertentu, perusahaan melakukannya.

Pada pernyataan ke-8 ketika penumpang PT KAI kereta Maharani memiliki keluhan, maka akan ditanggapi dengan cepat dan tepat, mayoritas responden memberikan jawaban dengan skor 4, yaitu sebanyak 99 orang atau sebesar 49,5% dari total 200 responden. Sedangkan nilai rata-rata dari jawaban responden diperoleh nilai sebesar 3,535. Nilai tersebut masuk dalam penilaian setuju (S). Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju ketika penumpang PT KAI kereta Maharani memiliki keluhan, maka akan ditanggapi dengan cepat dan tepat.

Pada pernyataan ke-9 layanan *contact center* PT KAI kereta Maharani dilakukan dengan benar (layanan memang ada dan membantu) selama 24 jam, mayoritas responden memberikan jawaban dengan skor 4, yaitu sebanyak 92 orang atau sebesar 46% dari total 200 responden. Sedangkan nilai rata-rata dari jawaban responden diperoleh nilai sebesar 3,97. Nilai tersebut masuk dalam

penilaian setuju (S). Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju layanan *contact center* PT KAI kereta Maharani dilakukan dengan benar (layanan memang ada dan membantu) selama 24 jam.

Pada pernyataan ke-10 pada proses pemesanan tiket sampai dikeluarkannya kode tiket dilakukan dalam waktu yang relatif singkat, mayoritas responden memberikan jawaban dengan skor 4, yaitu sebanyak 112 orang atau sebesar 56% dari total 200 responden. Sedangkan nilai rata-rata dari jawaban responden diperoleh nilai sebesar 4,26. Nilai tersebut masuk dalam penilaian setuju (S). Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju pada proses pemesanan tiket sampai dikeluarkannya kode tiket dilakukan dalam waktu yang relatif singkat.

Pada pernyataan ke-11 PT KAI kereta Maharani memberikan konsumen suatu layanan sesuai dengan yang diinginkan, mayoritas responden memberikan jawaban dengan skor 4, yaitu sebanyak 103 orang atau sebesar 51,5% dari total 200 responden. Sedangkan nilai rata-rata dari jawaban responden diperoleh nilai sebesar 4,11. Nilai tersebut masuk dalam penilaian setuju (S). Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju PT KAI kereta Maharani memberikan konsumen suatu layanan sesuai dengan yang diinginkan.

Pada pernyataan ke-12 terdapat konfirmasi dari PT KAI kereta Maharani yang dilakukan kepada penumpang pada saat setelah pembelian tiket, mayoritas responden memberikan jawaban dengan skor 4, yaitu sebanyak 112 orang atau sebesar 56% dari total 200 responden. Sedangkan nilai rata-rata dari jawaban responden diperoleh nilai sebesar 4,255. Nilai tersebut masuk dalam penilaian

setuju (S). Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju terdapat konfirmasi dari PT KAI kereta Maharani yang dilakukan kepada penumpang pada saat setelah pembelian tiket.

Pada pernyataan ke-13 kerahasiaan data penumpang dari PT KAI kereta Maharani pasti terjaga, mayoritas responden memberikan jawaban dengan skor 4, yaitu sebanyak 96 orang atau sebesar 48% dari total 200 responden. Sedangkan nilai rata-rata dari jawaban responden diperoleh nilai sebesar 4,125. Nilai tersebut masuk dalam penilaian setuju (S). Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju kerahasiaan data penumpang dari PT KAI kereta Maharani pasti terjaga.

Pada pernyataan ke-14 terdapat informasi yang jelas pada *website* PT KAI kereta Maharani tentang bagaimana pemesanan tiket, mayoritas responden memberikan jawaban dengan skor 4, yaitu sebanyak 109 orang atau sebesar 54,5% dari total 200 responden. Sedangkan nilai rata-rata dari jawaban responden diperoleh nilai sebesar 4,23. Nilai tersebut masuk dalam penilaian setuju (S). Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju terdapat informasi yang jelas pada *website* PT KAI kereta Maharani tentang bagaimana pemesanan tiket.

Pada pernyataan ke-15 saya merasa aman saat bertransaksi online pada *website* PT KAI kereta Maharani, mayoritas responden memberikan jawaban dengan skor 4, yaitu sebanyak 106 orang atau sebesar 53% dari total 200 responden. Sedangkan nilai rata-rata dari jawaban responden diperoleh nilai sebesar 4,3. Nilai tersebut masuk dalam penilaian setuju (S). Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju merasa aman saat bertransaksi online pada *website* PT KAI kereta Maharani.

Pada pernyataan ke-16 saat bertransaksipada *website* PT KAI kereta Maharani menggambarkan keandalan dan kepercayaan, mayoritas responden memberikan jawaban dengan skor 4, yaitu sebanyak 82 orang atau sebesar 41% dari total 200 responden. Sedangkan nilai rata-rata dari jawaban responden diperoleh nilai sebesar 3,74. Nilai tersebut masuk dalam penilaian setuju (S). Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju saat bertransaksipada *website* PT KAI kereta Maharani menggambarkan keandalan dan kepercayaan.

Pada pernyataan ke-17 proses pembelian tiket pada PT KAI kereta Maharani bisa ditunda atau dibatalkan, mayoritas responden memberikan jawaban dengan skor 4, yaitu sebanyak 75 orang atau sebesar 37,5% dari total 200 responden. Sedangkan nilai rata-rata dari jawaban responden diperoleh nilai sebesar 3,73. Nilai tersebut masuk dalam penilaian setuju (S). Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju proses pembelian tiket pada PT KAI kereta Maharani bisa ditunda atau dibatalkan.

Pada pernyataan ke-18 *website* PT KAI kereta Maharani berisi informasi lengkap tentang ketersediaan tiketnya, mayoritas responden memberikan jawaban dengan skor 4, yaitu sebanyak 89 orang atau sebesar 44,5% dari total 200 responden. Sedangkan nilai rata-rata dari jawaban responden diperoleh nilai sebesar 4,305. Nilai tersebut masuk dalam penilaian setuju (S). Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju *website* PT KAI kereta Maharani berisi informasi lengkap tentang ketersediaan tiketnya.

Pada pernyataan ke-19 *website* PT KAI kereta Maharani terdapat informasi yang jelas tentang bagaimana pemesanan tiket, mayoritas responden

memberikan jawaban dengan skor 4, yaitu sebanyak 101 orang atau sebesar 50,5% dari total 200 responden. Sedangkan nilai rata-rata dari jawaban responden diperoleh nilai sebesar 4,255. Nilai tersebut masuk dalam penilaian setuju (S). Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju *website* PT KAI kereta Maharani terdapat informasi yang jelas tentang bagaimana pemesanan tiket.

Pada pernyataan ke-20 *Website* PT KAI kereta Maharani memungkinkan untuk membayar dengan banyak cara (kartu kredit, ATM, *Payment Point* atau minimarket), mayoritas responden memberikan jawaban dengan skor 4, yaitu sebanyak 97 orang atau sebesar 48,5% dari total 200 responden. Sedangkan nilai rata-rata dari jawaban responden diperoleh nilai sebesar 4,38. Nilai tersebut masuk dalam penilaian setuju (S). Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju *Website* PT KAI kereta Maharani memungkinkan untuk membayar dengan banyak cara (kartu kredit, ATM, *Payment Point* atau minimarket).

2. Kepuasan

Variabel kepuasan terdapat 6 indikator, keenam indikator disajikan dalam Tabel 4.11 berikut ini.

TABEL. 4.11
DESKRIPSI JAWABAN RESPONDEN UNTUK KEPUASAN

| Indikator | SKOR | | | | | | | | | | Total | Mean | Kategori |
|-----------|------|------|----|------|----|-------|-----|-------|----|-------|-------|-------|----------|
| | 1 | | 2 | | 3 | | 4 | | 5 | | | | |
| 1 | 0 | 0% | 0 | 0% | 16 | 8% | 106 | 53% | 78 | 39% | 862 | 4,31 | 4 |
| 2 | 1 | 0,5% | 13 | 6,5% | 74 | 37% | 76 | 38% | 36 | 18% | 733 | 3,665 | 4 |
| 3 | 0 | 0% | 4 | 2% | 30 | 15% | 104 | 52% | 62 | 31% | 824 | 4,12 | 4 |
| 4 | 0 | 0% | 0 | 0% | 30 | 15% | 111 | 55,5% | 59 | 29,5% | 829 | 4,145 | 4 |
| 5 | 0 | 0% | 0 | 0% | 33 | 16,5% | 99 | 49,5% | 68 | 34% | 835 | 4,175 | 4 |

| | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|----|---|------|----|-------|----|-------|----|-------|-----|------|---|
| 6 | 0 | 0% | 1 | 0,5% | 23 | 11,5% | 99 | 49,5% | 77 | 38,5% | 852 | 4,26 | 4 |
|---|---|----|---|------|----|-------|----|-------|----|-------|-----|------|---|

Sumber : Angket

Berdasar Tabel 4.11, menunjukkan tanggapan responden mengenai kepuasan. Pada pernyataan ke-1 Saya merasa puas dengan keputusan saya melakukan pembelian tiket dari *website* PT KAI kereta Maharani), mayoritas responden memberikan jawaban dengan skor 4, yaitu sebanyak 106 orang atau sebesar 53% dari total 200 responden. Sedangkan nilai rata-rata dari jawaban responden diperoleh nilai sebesar 4,31. Nilai tersebut masuk dalam penilaian setuju (S). Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju merasa puas dengan keputusannya melakukan pembelian tiket dari *website* PT KAI kereta Maharani.

Pada pernyataan ke-2 jika saya harus melakukan pembelian tiket ulang, saya merasakan hal yang berbeda mengenai pembelian tiket dari *website* PT KAI kereta Maharani, mayoritas responden memberikan jawaban dengan skor 4, yaitu sebanyak 76 orang atau sebesar 38% dari total 200 responden. Sedangkan nilai rata-rata dari jawaban responden diperoleh nilai sebesar 3,665. Nilai tersebut masuk dalam penilaian setuju (S). Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju jika saya harus melakukan pembelian tiket ulang, merasakan hal yang berbeda mengenai pembelian tiket dari *website* PT KAI kereta Maharani.

Pada pernyataan ke-3 keputusan saya untuk melakukan pembelian tiket dari *website* PT KAI kereta Maharani merupakan keputusan yang bijaksana, mayoritas responden memberikan jawaban dengan skor 4, yaitu sebanyak 104 orang atau sebesar 52% dari total 200 responden. Sedangkan nilai rata-rata dari jawaban responden diperoleh nilai sebesar 4,12. Nilai tersebut masuk dalam penilaian setuju (S). Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju tentang

keputusannya untuk melakukan pembelian tiket dari *website* PT KAI kereta Maharani merupakan keputusan yang bijaksana.

Pada pernyataan ke-4 saya merasakan kecewa mengenai keputusan untuk melakukan pembelian tiket dari *website* PT KAI kereta Maharani, mayoritas responden memberikan jawaban dengan skor 2, akan tetapi karena ini pernyataan negatif sehingga nilai skor dibalik menjadi 4 yaitu sebanyak 111 orang atau sebesar 55,5% dari total 200 responden. Sedangkan nilai rata-rata dari jawaban responden diperoleh nilai sebesar 4,145. Nilai tersebut masuk dalam penilaian setuju (S). Hal ini menunjukkan responden setuju bahwa tidak merasa kecewa mengenai keputusan untuk melakukan pembelian tiket dari *website* PT KAI kereta Maharani.

Pada pernyataan ke-5 saya berfikir yang telah saya lakukan tepat, atas pembelian tiket dari *website* PT KAI kereta Maharani, mayoritas responden memberikan jawaban dengan skor 4, yaitu sebanyak 99 orang atau sebesar 49,5% dari total 200 responden. Sedangkan nilai rata-rata dari jawaban responden diperoleh nilai sebesar 4,175. Nilai tersebut masuk dalam penilaian setuju (S). Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju yang telah dilakukannya tepat, atas pembelian tiket dari *website* PT KAI kereta Maharani.

Pada pernyataan ke-6 saya tidak senang atas pembelian tiket dari *website* PT KAI kereta Maharani, mayoritas responden memberikan jawaban dengan skor 2, akan tetapi karena ini pernyataan negatif sehingga nilai skor dibalik menjadi 4 yaitu sebanyak 99 orang atau sebesar 49,5% dari total 200 responden. Sedangkan nilai rata-rata dari jawaban responden diperoleh nilai sebesar 4,26. Nilai tersebut

masuk dalam penilaian setuju (S). Hal ini menunjukkan responden setuju bahwa merasa senang atas pembelian tiket dari *website* PT KAI kereta Maharani.

3. Loyalitas

Variabel loyalitas terdapat 7 indikator, ketujuh indikator disajikan dalam tabel 4.12 berikut ini.

TABEL. 4.12
DESKRIPSI JAWABAN RESPONDEN UNTUK LOYALITAS

| Indikator | SKOR | | | | | | | | | | Total | Mean | Kategori |
|-----------|------|----|----|------|----|-------|-----|-------|----|-------|-------|-------|----------|
| | 1 | | 2 | | 3 | | 4 | | 5 | | | | |
| 1 | 0 | 0% | 9 | 4,5% | 61 | 30,5% | 76 | 38% | 54 | 27% | 775 | 3,875 | 4 |
| 2 | 0 | 0% | 3 | 1,5% | 38 | 19% | 102 | 51% | 57 | 28,5% | 812 | 4,065 | 4 |
| 3 | 0 | 0% | 2 | 1% | 39 | 19,5% | 104 | 52% | 55 | 27,5% | 812 | 4,06 | 4 |
| 4 | 0 | 0% | 7 | 3,5% | 48 | 24% | 78 | 39% | 67 | 33,5% | 805 | 4,025 | 4 |
| 5 | 0 | 0% | 1 | 0,5% | 58 | 29% | 79 | 39,5% | 62 | 31% | 802 | 4,01 | 4 |
| 6 | 0 | 0% | 9 | 4,5% | 58 | 29% | 83 | 41,5% | 50 | 25% | 774 | 3,87 | 4 |
| 7 | 0 | 0% | 10 | 5% | 59 | 29,5% | 78 | 39% | 53 | 26,5% | 774 | 3,87 | 4 |

Sumber : Angket

Berdasar Tabel 4.12, menunjukkan tanggapan responden mengenai loyalitas. Pada pernyataan ke-1 saya jarang mempertimbangkan untuk beralih ke situs web lain, mayoritas responden memberikan jawaban dengan skor 4, yaitu sebanyak 76 orang atau sebesar 38% dari total 200 responden. Sedangkan nilai rata-rata dari jawaban responden diperoleh nilai sebesar 3,875. Nilai tersebut masuk dalam penilaian setuju (S). Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju untuk jarang mempertimbangkan untuk beralih ke situs web lain.

Pada pernyataan ke-2 selama layanan ini konsisten, saya tidak akan beralih ke situs web lain, mayoritas responden memberikan jawaban dengan skor 4, yaitu

sebanyak 102 orang atau sebesar 51% dari total 200 responden. Sedangkan nilai rata-rata dari jawaban responden diperoleh nilai sebesar 4,065. Nilai tersebut masuk dalam penilaian setuju (S). Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju selama layanan ini konsisten, saya tidak akan beralih ke situs web lain.

Pada pernyataan ke-3 saya mencoba untuk menggunakan situs web PT KAI kereta Maharani ini setiap kali saya harus melakukan pembelian tiket, mayoritas responden memberikan jawaban dengan skor 4, yaitu sebanyak 104 orang atau sebesar 52% dari total 200 responden. Sedangkan nilai rata-rata dari jawaban responden diperoleh nilai sebesar 4,06. Nilai tersebut masuk dalam penilaian setuju (S). Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju mencoba untuk menggunakan situs web PT KAI kereta Maharani ini setiap kali saya harus melakukan pembelian tiket.

Pada pernyataan ke-4 ketika saya harus melakukan pembelian tiket, situs web PT KAI kereta Maharani ini adalah pilihan pertama saya, mayoritas responden memberikan jawaban dengan skor 4, yaitu sebanyak 78 orang atau sebesar 39% dari total 200 responden. Sedangkan nilai rata-rata dari jawaban responden diperoleh nilai sebesar 4,025. Nilai tersebut masuk dalam penilaian setuju (S). Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju ketika harus melakukan pembelian tiket, situs web PT KAI kereta Maharani ini adalah pilihan pertama saya.

Pada pernyataan ke-5 saya suka menggunakan situs web PT KAI kereta Maharani ini, mayoritas responden memberikan jawaban dengan skor 4, yaitu sebanyak 79 orang atau sebesar 39,5% dari total 200 responden. Sedangkan nilai

rata-rata dari jawaban responden diperoleh nilai sebesar 4,01. Nilai tersebut masuk dalam penilaian setuju (S). Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju suka menggunakan situs web PT KAI kereta Maharani ini.

Pada pernyataan ke-6 bagi saya situs web PT KAI kereta Maharani ini adalah yang terbaik untuk melakukan pembelian tiket, mayoritas responden memberikan jawaban dengan skor 4, yaitu sebanyak 83 orang atau sebesar 41,5% dari total 200 responden. Sedangkan nilai rata-rata dari jawaban responden diperoleh nilai sebesar 3,87. Nilai tersebut masuk dalam penilaian setuju (S). Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju situs web PT KAI kereta Maharani ini adalah yang terbaik untuk melakukan pembelian tiket.

Pada pernyataan ke-7 Saya percaya bahwa situs web PT KAI kereta Maharani ini adalah situs transportasi favorit saya, mayoritas responden memberikan jawaban dengan skor 4, yaitu sebanyak 78 orang atau sebesar 39% dari total 200 responden. Sedangkan nilai rata-rata dari jawaban responden diperoleh nilai sebesar 3,87. Nilai tersebut masuk dalam penilaian setuju (S). Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju situs web PT KAI kereta Maharani ini adalah situs transportasi favorit saya.

E. Analisis Model

1. *Measurement Model (Confirmatory Factor Analysis)*

Proses measurement model merupakan suatu proses dari uji CFA yaitu *confirmatory factor analysis*. CFA berfungsi untuk mengidentifikasi apakah indikator merupakan konstruk dari variabel penelitian atau dengan kata lain

indikator-indikator tersebut merupakan satu kesatuan atau memiliki *unidimensionalitas*. Uji CFA dilakukan pada masing-masing variabel.

Input matriks yang digunakan adalah matriks kovarian antar indikator. Hair,*et al.* (1998) merekomendasikan penggunaan matriks kovarian dalam estimasi model karena input matriks korelasi cenderung menyederhanakan interpretasi. Semua konstruk dibebaskan berkorelasi satu sama lain, dan hasil korelasi antar konstruk akan digunakan sebagai dasar untuk menganalisis validitas.

Untuk menguji indikator-indikator yang ada dipastikan tidak ada asumsi indikator yang melampaui batas. Asumsi yang melampaui batas dapat diketahui dari nilai *goodnes of fit* atau kesesuaian model. Jika pada model awal *measurement model* telah memenuhi syarat fit model, maka semua indikator merupakan bagian dari konstruk variabel laten. Sebaliknya, jika syarat fit model masih belum terpenuhi maka perlu dilakukan eliminasi atas indikator-indikator tersebut.

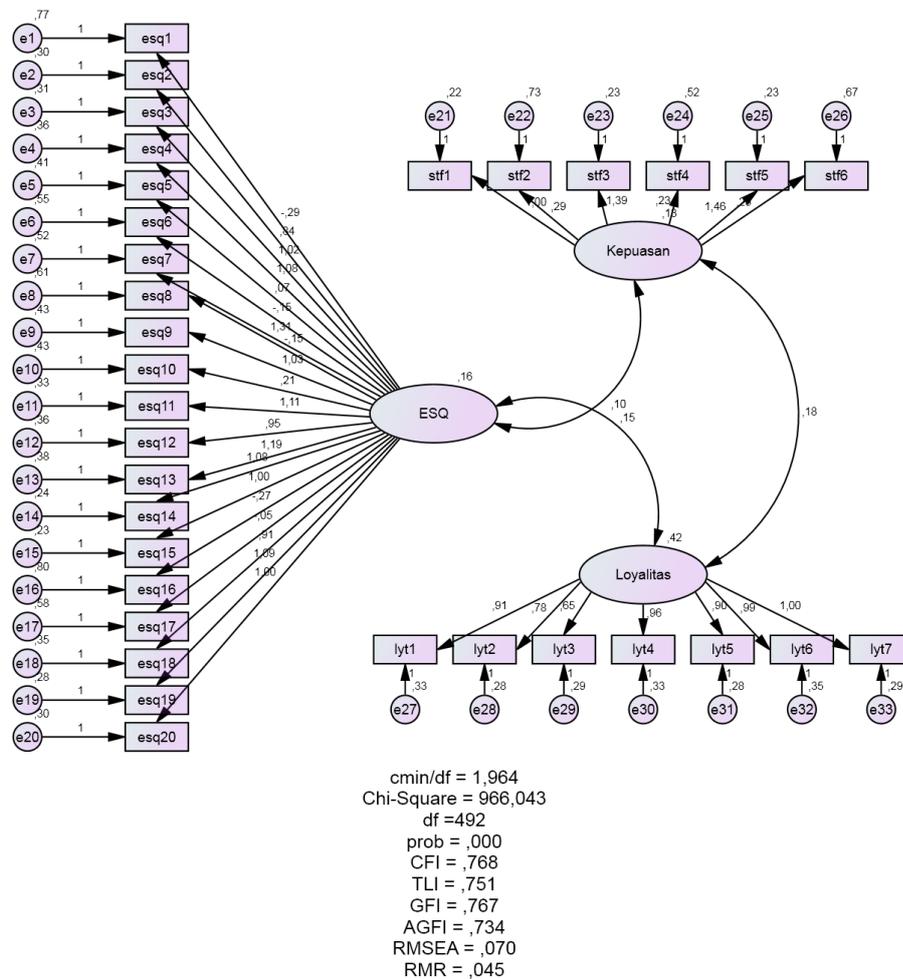
Secara teoritis indikator yang melampaui batas dapat diketahui dari nilai *standardized residual covarians* dari masing-masing indikator lebih dari 2 atau diketahui dari nilai *standardized residual covarians* yang kurang dari 0,4 (Hair, *et al.* 1998:797). Hasil pengukuran dapat dilihat pada gambar. 4.1.

Tabel 4.16 uji kesesuaian pada halaman 82, tahapan *measurement model fit* terlihat bahwa lima indikator tidak baik, dan tiga indikator baik. Mengacu pendapat Solimun (2002:55) yang menyatakan berdasarkan aturan parsimoni, yaitu jika ada salah satu atau dua kriteria fit model telah terpenuhi, maka model

telah dinyatakan fit. Dari berbagai indeks kesesuaian tersebut dapat disimpulkan bahwa uji kesesuaian pada tahapan *measurement* model fit pada Tabel 4.13 yang diajukan telah fit atau mempunyai kesesuaian yang baik. Setelah model pengukuran atau *measurement* model terpenuhi maka analisis tahapan selanjutnya dapat dilakukan.

GAMBAR 4.1

MEASUREMENT MODEL FIT TAHAP I



Sumber: Lampiran

TABEL 4.13
UJI KESESUAIAN PADA MEASUREMENT MODEL TAHAP I

| <i>Goodness of Fit Measure</i> | Cut off | Hasil model | Keterangan |
|--|-----------------------------|--------------------|-------------------|
| <i>Chi-Square of estimate model</i> | | 966,043 | |
| <i>Probability level</i> | $\geq 0,05$ | 0,000 | Tidak baik |
| <i>Goodness of Index (GFI)</i> | $\geq 0,9$ | 0,767 | Tidak baik |
| <i>Adjusted goodness of Index (AGFI)</i> | $0,8 \leq AGFI \leq 0,9$ | 0,734 | Tidak baik |
| RMSEA | $0,05 \leq RMSEA \leq 0,08$ | 0,070 | Baik |
| <i>Tucker-Lewis Index (TLI)</i> | $0,8 \leq TLI \leq 0,9$ | 0,751 | Tidak baik |
| <i>Comparatif Fit Index (CFI)</i> | $0,8 \leq CFI \leq 0,9$ | 0,768 | Tidak baik |
| CMIN\DF | ≤ 2 | 1,964 | Baik |
| RMR | $< 0,05$ | 0,045 | Baik |
| Df | | 492 | |

Sumber : lampiran

2. Uji validitas Konvergen

Validitas konvergen merupakan cara untuk mengetahui seberapa kuat indikator atau variabel manifest merupakan pembentuk atau konstruk dari variabel latennya. Untuk mengukur validitas konvergen dilihat dari nilai *critical ratio* (C.R)-nya lebih besar dari 2x nilai *standar error* (S.E) atau parameter yang lain adalah nilai probabilitas $< 0,05$ (Ferdinand, 2002:187). Hasil uji validitas konvergen dapat dilihat pada Tabel. 4.14.

Tabel 4.14 menunjukkan bahwa beberapa indikator mempunyai nilai *critical ratio*(C.R) yang tidak lebih besar dari 2x S.E dengan probabilitas $< 0,05$ menunjukkan bahwa indikator pada variabel-variabel tersebut tidak secara signifikan merupakan indikator dari variabel laten yang dibentuk. Sehingga masing-masing indikator variabel kualitas layanan online, kepuasan dan loyalitas belum memenuhi syarat validitas konvergen. Untuk menguji validitas konvergen

dapat dilihat dari estimasi yang telah distandarisasi dengan nilai $\geq 0,5$ (Hair *et al.*, 1998:797).

TABEL 4.14
HASIL UJI VALIDITAS KONVERGEN *MEASUREMENT* MODEL FIT
TAHAP I

| | Estimate | S.E. | C.R. | P | Label |
|---------------------|----------|------|--------|------|--------|
| esq20 <--- ESQ | 1,000 | | | | |
| esq19 <--- ESQ | 1,089 | ,151 | 7,193 | *** | par_1 |
| esq18 <--- ESQ | ,910 | ,148 | 6,169 | *** | par_2 |
| esq17 <--- ESQ | -,049 | ,144 | -,340 | ,734 | par_3 |
| esq16 <--- ESQ | -,269 | ,173 | -1,559 | ,119 | par_4 |
| esq15 <--- ESQ | ,998 | ,137 | 7,281 | *** | par_5 |
| esq14 <--- ESQ | 1,080 | ,148 | 7,307 | *** | par_6 |
| esq13 <--- ESQ | 1,194 | ,174 | 6,857 | *** | par_7 |
| esq12 <--- ESQ | ,953 | ,152 | 6,263 | *** | par_8 |
| esq11 <--- ESQ | 1,114 | ,161 | 6,907 | *** | par_9 |
| esq10 <--- ESQ | ,211 | ,126 | 1,681 | ,093 | par_10 |
| esq9 <--- ESQ | 1,029 | ,165 | 6,227 | *** | par_11 |
| esq8 <--- ESQ | -,152 | ,149 | -1,026 | ,305 | par_12 |
| esq7 <--- ESQ | 1,312 | ,198 | 6,625 | *** | par_13 |
| esq6 <--- ESQ | -,148 | ,141 | -1,051 | ,293 | par_14 |
| esq5 <--- ESQ | ,073 | ,122 | ,597 | ,550 | par_15 |
| esq4 <--- ESQ | 1,085 | ,165 | 6,586 | *** | par_16 |
| esq3 <--- ESQ | 1,021 | ,153 | 6,655 | *** | par_17 |
| esq2 <--- ESQ | ,844 | ,139 | 6,064 | *** | par_18 |
| esq1 <--- ESQ | -,286 | ,170 | -1,682 | ,093 | par_19 |
| stf1 <--- Kepuasan | 1,000 | | | | |
| stf2 <--- Kepuasan | ,290 | ,193 | 1,507 | ,132 | par_20 |
| stf3 <--- Kepuasan | 1,386 | ,187 | 7,432 | *** | par_21 |
| stf4 <--- Kepuasan | ,228 | ,162 | 1,404 | ,160 | par_22 |
| stf5 <--- Kepuasan | 1,457 | ,196 | 7,440 | *** | par_23 |
| stf6 <--- Kepuasan | ,249 | ,182 | 1,367 | ,172 | par_24 |
| lyt7 <--- Loyalitas | 1,000 | | | | |
| lyt6 <--- Loyalitas | ,992 | ,093 | 10,678 | *** | par_25 |
| lyt5 <--- Loyalitas | ,897 | ,083 | 10,768 | *** | par_26 |
| lyt4 <--- Loyalitas | ,956 | ,093 | 10,242 | *** | par_27 |
| lyt3 <--- Loyalitas | ,650 | ,076 | 8,541 | *** | par_28 |
| lyt2 <--- Loyalitas | ,784 | ,082 | 9,521 | *** | par_29 |
| lyt1 <--- Loyalitas | ,912 | ,091 | 10,067 | *** | par_30 |

Sumber :lampiran

Hasil uji validitas konvergen dapat dilihat pada Tabel 4.15.

TABEL 4.15
HASIL UJI VALIDITAS KONVERGEN *MEASUREMENT* MODEL
TAHAP I

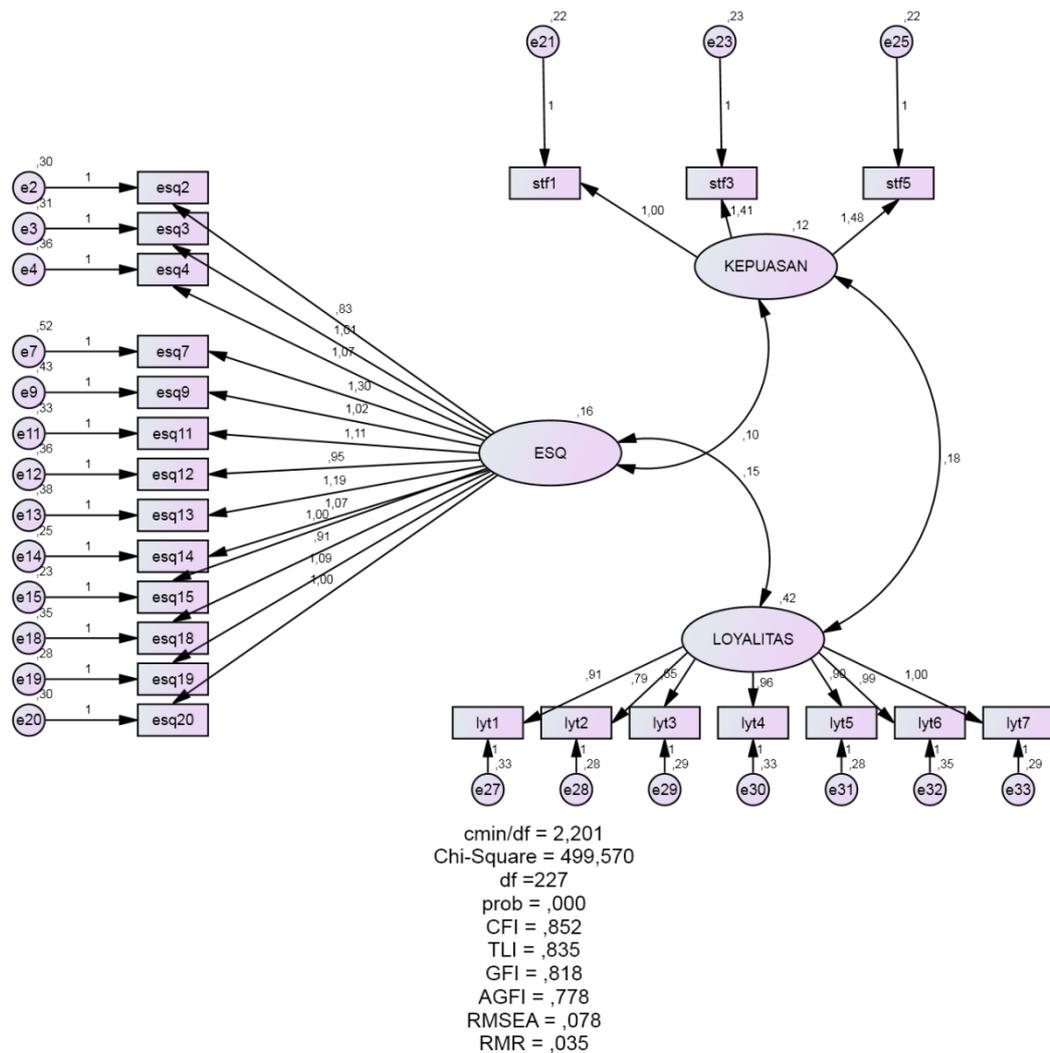
| | Estimate |
|---------------------|----------|
| esq20 <--- ESQ | ,586 |
| esq19 <--- ESQ | ,633 |
| esq18 <--- ESQ | ,523 |
| esq17 <--- ESQ | -,026 |
| esq16 <--- ESQ | -,119 |
| esq15 <--- ESQ | ,637 |
| esq14 <--- ESQ | ,657 |
| esq13 <--- ESQ | ,612 |
| esq12 <--- ESQ | ,537 |
| esq11 <--- ESQ | ,610 |
| esq10 <--- ESQ | ,128 |
| esq9 <--- ESQ | ,533 |
| esq8 <--- ESQ | -,078 |
| esq7 <--- ESQ | ,588 |
| esq6 <--- ESQ | -,080 |
| esq5 <--- ESQ | ,045 |
| esq4 <--- ESQ | ,587 |
| esq3 <--- ESQ | ,592 |
| esq2 <--- ESQ | ,523 |
| esq1 <--- ESQ | -,128 |
| stf1 <--- Kepuasan | ,604 |
| stf2 <--- Kepuasan | ,119 |
| stf3 <--- Kepuasan | ,712 |
| stf4 <--- Kepuasan | ,111 |
| stf5 <--- Kepuasan | ,736 |
| stf6 <--- Kepuasan | ,107 |
| lyt7 <--- Loyalitas | ,769 |
| lyt6 <--- Loyalitas | ,736 |
| lyt5 <--- Loyalitas | ,744 |
| lyt4 <--- Loyalitas | ,735 |
| lyt3 <--- Loyalitas | ,615 |
| lyt2 <--- Loyalitas | ,692 |
| lyt1 <--- Loyalitas | ,717 |

Sumber : lampiran

Berdasarkan tabel 4.15, dapat dilihat bahwa ada nilai validitas konvergenya di bawah 0,50 yaitu esq1, esq5, esq6, esq8, esq10, esq16, esq17, stf2, stf4, stf6 sehingga harus dibuang dan dihitung ulang *measurement model* fitnya. Hasil pengukuran ulang dapat dilihat pada gambar 4.2

GAMBAR 4.2

MEASUREMENT MODEL FIT II



Sumber: Lampiran

Hasil uji ulang *measurement model* fitnya dapat dilihat pada Tabel 4.16

TABEL 4.16

UJI KESESUAIAN PADA MEASUREMENT MODEL TAHAP II

| <i>Goodness of Fit Measure</i> | <i>Cut off</i> | Hasil model | Keterangan |
|--|-----------------------------|--------------------|-------------------|
| <i>Chi-Square of estimate model</i> | | 499,570 | |
| <i>Probability level</i> | $\geq 0,05$ | 0,000 | Tidak baik |
| <i>Goodness of Index (GFI)</i> | $\geq 0,9$ | 0,818 | Tidak baik |
| <i>Adjusted goodness of Index (AGFI)</i> | $0,8 \leq AGFI \leq 0,9$ | 0,778 | Tidak baik |
| RMSEA | $0,05 \leq RMSEA \leq 0,08$ | 0,078 | Baik |
| <i>Tucker-Lewis Index (TLI)</i> | $0,8 \leq TLI \leq 0,9$ | 0,835 | Fit Marginal |
| <i>Comparatif Fit Index (CFI)</i> | $0,8 \leq CFI \leq 0,9$ | 0,852 | Fit Marginal |
| CMIN\DF | ≤ 2 | 2,201 | Tidak baik |
| RMR | $< 0,05$ | 0,035 | Baik |
| Df | | 227 | |

Sumber: Lampiran

Dari Tabel 4.16 uji kesesuaian pada tahapan *measurement model fit* terlihat bahwa empat indikator yang tidak baik, dua indikator fit marginal dan dua indikator baik. Mengacu pada pendapat Solimun (2002:55) yang menyatakan berdasarkan aturan *parsimony*, yaitu jika ada salah satu atau dua kriteria fit model telah terpenuhi, maka model telah dinyatakan fit. Dari berbagai indeks kesesuaian tersebut dapat disimpulkan bahwa uji kesesuaian pada tahapan *measurement model fit* pada Tabel 4.16 yang diajukan telah fit atau mempunyai kesesuaian yang baik. Setelah model pengukuran atau *measurement model* terpenuhi maka analisis tahap selanjutnya dapat dilakukan.

Untuk menguji ulang validitas konvergen dapat dilihat dari estimasi yang telah distandarisasi dengan nilai $\geq 0,5$ (Hair, *et al.*, 1998:797). Hasil uji validitas konvergen dapat dilihat pada Tabel 4.17.

TABEL 4.17
HASIL UJI VALIDITAS KONVERGEN MEASUREMENT MODEL
TAHAP II

| | | | Estimate |
|-------|------|-----------|----------|
| stf1 | <--- | KEPUASAN | ,600 |
| stf3 | <--- | KEPUASAN | ,719 |
| stf5 | <--- | KEPUASAN | ,742 |
| lyt7 | <--- | LOYALITAS | ,768 |
| lyt6 | <--- | LOYALITAS | ,735 |
| lyt5 | <--- | LOYALITAS | ,744 |
| lyt4 | <--- | LOYALITAS | ,735 |
| lyt3 | <--- | LOYALITAS | ,616 |
| lyt2 | <--- | LOYALITAS | ,692 |
| lyt1 | <--- | LOYALITAS | ,717 |
| esq20 | <--- | ESQ | ,590 |
| esq19 | <--- | ESQ | ,634 |
| esq18 | <--- | ESQ | ,526 |
| esq15 | <--- | ESQ | ,638 |
| esq14 | <--- | ESQ | ,655 |
| esq13 | <--- | ESQ | ,612 |
| esq12 | <--- | ESQ | ,538 |
| esq11 | <--- | ESQ | ,612 |
| esq9 | <--- | ESQ | ,532 |
| esq7 | <--- | ESQ | ,588 |
| esq4 | <--- | ESQ | ,585 |
| esq3 | <--- | ESQ | ,591 |
| esq2 | <--- | ESQ | ,520 |

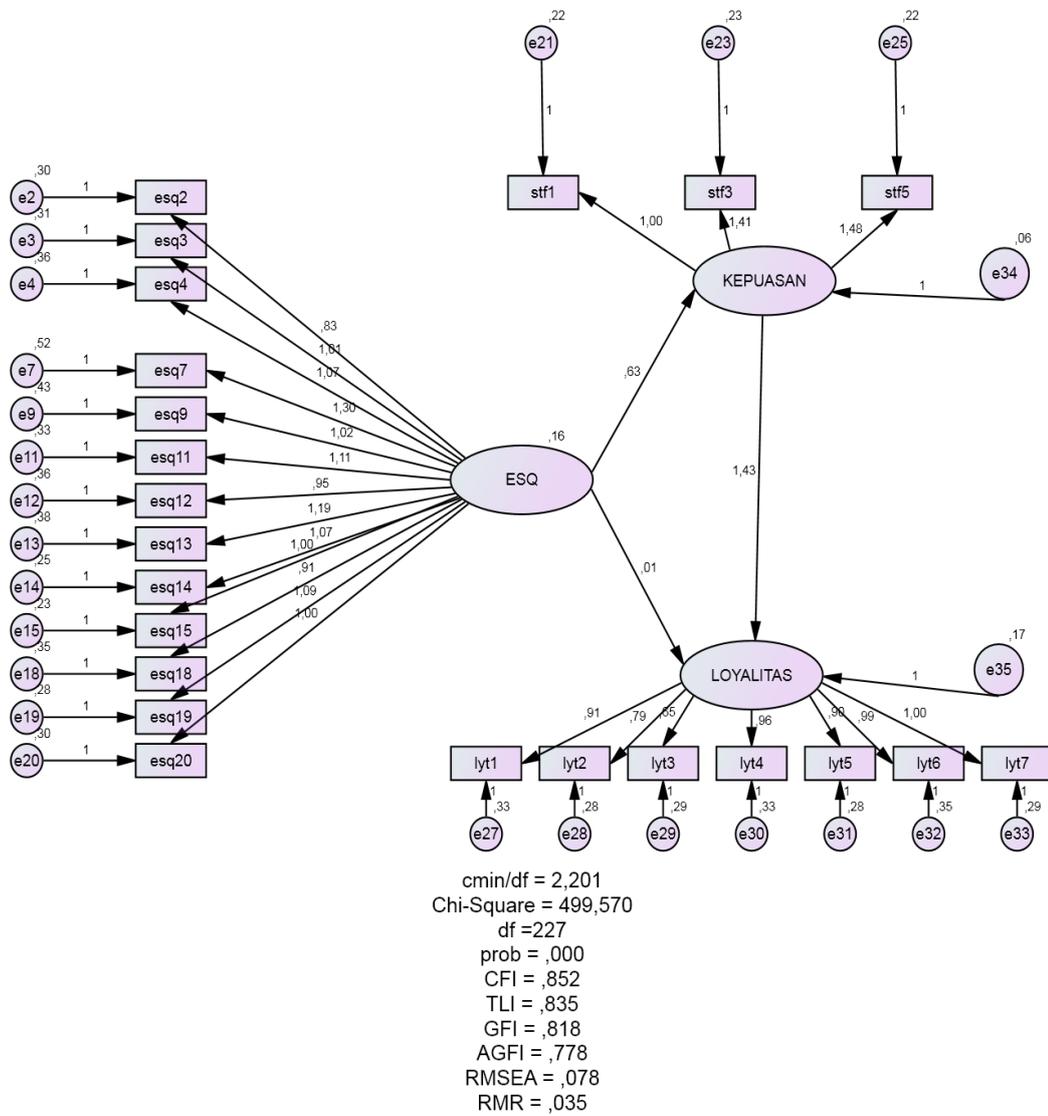
Sumber : lampiran

Berdasarkan tabel 4.17 dapat dilihat bahwa seluruh nilai validitas konvergenya $\geq 0,50$. Dengan demikian, seluruh instrumen penelitian adalah valid sehingga analisis selanjutnya dapat dilakukan.

3. Analisis *structural equation modelling* (SEM)

Metode *structural equation modelling* digunakan untuk menentukan pengaruh dari kualitas layanan online terhadap kepuasan dan loyalitas sesuai dengan *model structural* pada gambar 4.3.

GAMBAR 4.3
STRUKTURAL MODEL FIT TAHAP II



Sumber : lampiran

TABEL 4.18
UJI KESESUAIAN PADA STRUKTURAL MODEL

| <i>Goodness of Fit Measure</i> | <i>Cut off</i> | Hasil model | Keterangan |
|--|-----------------------------|--------------------|-------------------|
| <i>Chi-Square of estimate model</i> | | 499,570 | |
| <i>Probability level</i> | $\geq 0,05$ | 0,000 | Tidak baik |
| <i>Goodness of Index (GFI)</i> | $\geq 0,9$ | 0,818 | Tidak baik |
| <i>Adjusted goodness of Index (AGFI)</i> | $0,8 \leq AGFI \leq 0,9$ | 0,778 | Tidak baik |
| RMSEA | $0,05 \leq RMSEA \leq 0,08$ | 0,078 | Baik |
| <i>Tucker-Lewis Index (TLI)</i> | $0,8 \leq TLI \leq 0,9$ | 0,835 | Fit Marginal |
| <i>Comparatif Fit Index (CFI)</i> | $0,8 \leq CFI \leq 0,9$ | 0,852 | Fit Marginal |
| CMIN\DF | ≤ 2 | 2,201 | Tidak baik |
| RMR | $< 0,05$ | 0,035 | Baik |
| Df | | 227 | |

Sumber: Lampiran

Dari Tabel 4.18 uji kesesuaian pada tahapan struktural model fit terlihat bahwa empat indikator yang tidak baik, dua indikator fit marginal dan dua indikator baik. Mengacu pada pendapat Solimun (2002:55) yang menyatakan berdasarkan aturan *parsimony*, yaitu jika ada salah satu atau dua kriteria fit model telah terpenuhi, maka model telah dinyatakan fit. Dari berbagai indeks kesesuaian tersebut dapat disimpulkan bahwa uji kesesuaian pada tahapan struktural model fit pada Tabel 4.18 yang diajukan telah fit atau mempunyai kesesuaian yang baik.

F. Pengujian hipotesis dan pembahasan hipotesis

1. Uji *Regression Weights* Struktural

Untuk menguji pengaruh antara satu struktural dengan struktural yang lain yang ada dalam model, dapat diamati dari nilai probabilitasnya. Suatu struktur dapat dikatakan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel yang lain apabila

probabilitasnya $< 0,05$. *Regression Weight* atau uji kausalitas model persamaan struktural dapat dilihat pada Tabel 4.19

TABEL 4.19

REGRESSION WEIGHTS STRUKTURAL

| | Estimate | S.E. | C.R. | P | Label |
|-------------------------|----------|------|-------|------|--------|
| KEPUASAN <--- ESQ | ,627 | ,112 | 5,608 | *** | par_21 |
| LOYALITAS <--- KEPUASAN | 1,426 | ,294 | 4,852 | *** | par_22 |
| LOYALITAS <--- ESQ | ,010 | ,197 | ,052 | ,958 | par_23 |

Sumber: Lampiran

Berdasarkan hasil pada Tabel 4.19, Kualitas layanan online (ESQ) terhadap Kepuasan ditunjukkan dengan nilai signifikansi probabilitas sebesar 0,000, nilai estimasi sebesar 0,627 dan nilai *critical ratio* (C.R) 5,608. Dengan demikian hipotesis 1 yang menduga bahwa kualitas layanan online (ESQ) berpengaruh terhadap Kepuasan dapat diterima karena telah didukung oleh data yang diperoleh dalam penelitian, sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan online (ESQ) yang baik pada website PT. Kereta Api dapat memberikan pengaruh terhadap kepuasan penumpang yang menggunakan website tersebut.

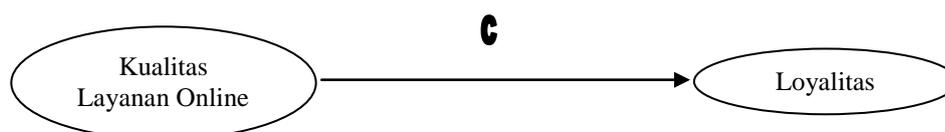
Berdasarkan hasil pada Tabel 4.19, Kualitas layanan online (ESQ) terhadap loyalitas ditunjukkan dengan nilai signifikansi probabilitas sebesar 0,958, nilai estimasi sebesar 0,010 dan nilai *critical ratio* (C.R) 0,052. Dengan demikian hipotesis 2 yang menduga bahwa kualitas layanan online (ESQ) berpengaruh terhadap loyalitas tidak dapat diterima karena telah didukung oleh data yang diperoleh dalam penelitian, sehingga dapat disimpulkan bahwa meskipun kualitas layanan online (ESQ) yang baik pada website PT. Kereta Api

tidak dapat memberikan pengaruh signifikan terhadap loyalitas penumpang yang menggunakan website tersebut.

Berdasarkan hasil pada Tabel 4.19, Kepuasan terhadap loyalitas ditunjukkan dengan nilai signifikansi probabilitas sebesar 0,000, nilai estimasi sebesar 1,426 dan nilai *critical ratio* (C.R) 2,94. Dengan demikian hipotesis 3 yang menduga bahwa Kepuasan berpengaruh terhadap Loyalitas dapat diterima karena telah didukung oleh data yang diperoleh dalam penelitian, sehingga dapat disimpulkan bahwa Kepuasan yang baik pada website PT. Kereta Api dapat memberikan pengaruh signifikan terhadap Loyalitas penumpang yang menggunakan website tersebut.

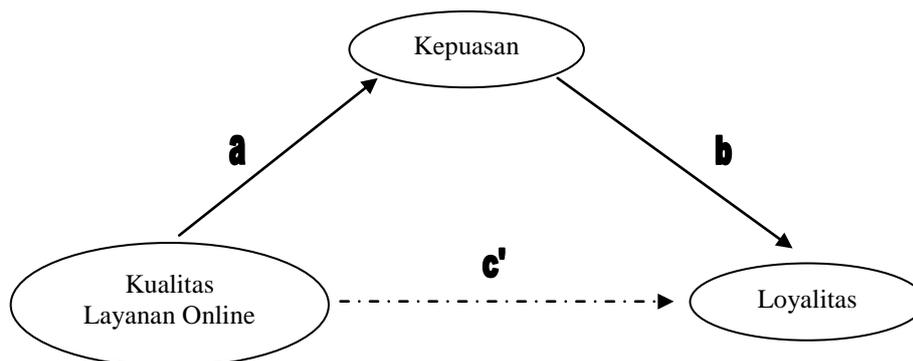
Pada hipotesis 4 terdapat efek mediasi yang menunjukkan hubungan antara variabel independen dan dependen melalui variabel penghubung atau mediasi. Pengaruh variabel terhadap variabel dependen tidak secara langsung terjadi tetapi melalui proses transformasi yang diwakili oleh variabel mediasi (Baron dan Kenney, 1986 dalam Hartono dan Abdillah, 2009:117). Prosedur pengujian efek mediasi dilakukan dengan dua langkah (Baron dan Kenny, 1986, dalam Sholihin dan Dwi, 2014:56) yaitu:

Pertama melakukan estimasi pengaruh langsung variabel independen pada variabel dependen, koefisien jalur *c* harus signifikan (lihat Gambar 4.4).



GAMBAR 4.4
MODEL PENGARUH LANGSUNG

Kedua melakukan estimasi pengaruh tidak langsung secara simultan dengan *triangle SEM Model*, koefisien jalur a dan b harus signifikan (lihat Gambar 4.5).



GAMBAR 4.5
MODEL PENGARUH TIDAK LANGSUNG

Pengambilan kesimpulan tentang efek mediasi (Baron dan Kenny, 1986, dalam Sholihin dan Dwi, 2014:57) adalah (a) Jika koefisien jalur c' dari hasil estimasi langkah kedua tetap signifikan dan tidak berubah ($c' = c$) maka tidak terdapat efek mediasi, (b) Jika koefisien jalur c' nilainya turun ($c' < c$) tetapi tetap signifikan maka bentuk mediasi adalah mediasi sebagian (*partial mediation*), (c) Jika koefisien jalur c' nilainya turun ($c' < c$) dan menjadi tidak signifikan maka bentuk mediasi adalah mediasi penuh (*full mediation*).

Baron dan Kenny (1986), sebuah variabel dapat dikatakan menjadi mediator jika hasilnya: (a) jalur-c : signifikan, (b) jalur-a : signifikan, (c) jalur-b : signifikan, (d) jalur -c' : tidak signifikan. Menggunakan program seperti MPLUS,

LISREL atau AMOS koefisien efek langsung, tidak langsung dan total dapat langsung didapatkan.

Berdasarkan hasil pada Tabel 4.19, Kualitas layanan online (ESQ) terhadap kepuasan (a) ditunjukkan dengan nilai signifikansi probabilitas sebesar 0,000, nilai estimasi sebesar 0,627 dan nilai *critical ratio* (C.R) 5,608. Kepuasan terhadap loyalitas (b) ditunjukkan dengan nilai signifikansi probabilitas sebesar 0,000, nilai estimasi sebesar 1,426 dan nilai *critical ratio* (C.R) 4,852. Kualitas layanan online (ESQ) terhadap loyalitas (c') ditunjukkan dengan nilai signifikansi probabilitas sebesar 0,958, nilai estimasi sebesar 0,010 dan nilai *critical ratio* (C.R) 0,052. Untuk nilai dari kualitas layanan online terhadap loyalitas yang diukur secara langsung dapat dilihat pada Tabel 4.20.

TABEL 4.20
REGRESSION WEIGHTS

| | Estimate | S.E. | C.R. | P | Label |
|--------------------|----------|------|-------|-----|--------|
| Loyalitas <--- ESQ | ,831 | ,149 | 5,574 | *** | par_19 |

Sumber : lampiran

Berdasarkan hasil pada Tabel 4.20, Kualitas layanan online (ESQ) terhadap kepuasan (c) ditunjukkan dengan nilai signifikansi probabilitas sebesar 0,000, nilai estimasi sebesar 0,831 dan nilai *critical ratio* (C.R) 5,574. Sehingga nilai estimasi dari c' sebesar 0,010 lebih kecil dari nilai estimasi c sebesar 0,831. Mengacu pada teori di atas bahwa jika koefisien jalur c' nilainya turun ($c' < c$) dan menjadi tidak signifikan maka bentuk mediasi adalah mediasi penuh (*full mediation*).

Demikian hipotesis 4 yang menduga bahwa kualitas layanan online (ESQ) berpengaruh terhadap loyalitas yang dimediasi oleh kepuasan dapat diterima

karena telah didukung oleh data yang diperoleh dalam penelitian, sehingga dapat disimpulkan bahwa meskipun kualitas layanan online (ESQ) yang baik pada website PT. Kereta Api tidak dapat memberikan pengaruh signifikan secara langsung terhadap loyalitas penumpang yang menggunakan website tersebut tetapi harus melalui variabel mediasi kepuasan.

2. Pembahasan Hipotesis

a) Pengaruh Kualitas Layanan Online terhadap Kepuasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan online berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan. Pada KAI Maharani kualitas layanan online yang terdiri dari desain web, layanan pelanggan, jaminan, dan manajemen pesanan telah diberikan sudah sesuai dengan yang diharapkan oleh penumpangnya. Hal ini sesuai dengan penelitian Cristobal, *et al.* (2007) yang menyatakan bahwa hasil dari penelitiannya menunjukkan bagaimana kualitas layanan online memiliki efek langsung dan mendalam pada kepuasan konsumen terhadap situs web. Kualitas layanan online pada penelitian Cristobal, *et al.* (2007:322) adalah sebuah skala untuk mengukur kualitas layanan elektronik, terdiri dari 4 (empat) dimensi yaitu (1) desain web, (2) layanan pelanggan, (3) jaminan, dan (4) manajemen pesanan. Ketika keempat dimensi tersebut di atas telah dinilai baik oleh konsumen maka akan mewujudkan kepuasan. Hal ini juga didukung oleh penelitian sebelumnya, beberapa studi empiris mengemukakan bahwa kualitas layanan online yang tinggi terkait dengan kepuasan pelanggan yang tinggi pula (Deng, *et al.*, 2010; Chang dan Wang, 2011). Li dan Suomi (2007) dalam penelitiannya juga menyatakan

bahwa kualitas layanan online dapat memungkinkan pelanggan untuk mendapatkan kepuasan psikologis yang baik.

b) Pengaruh Kualitas Layanan Online terhadap Loyalitas

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan online tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas, sehingga meskipun kualitas layanan online terus ditingkatkan tidak memberikan dampak yang signifikan secara langsung terhadap loyalitas konsumen. Pada KAI Maharani loyalitas tidak bisa langsung didapatkan karena penjualan tiket bisa dilakukan tidak hanya pada website resmi KAI, akan tetapi bisa juga dilakukan melalui *payment point* atau minimarket yang telah menjadi mitra bisnis KAI. Hasil dari penelitian Chang dan Wang (2008) menunjukkan hasil yang sama yaitu kualitas layanan online tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas. Demikian juga pada penelitian (Chinomona, *et al.*, 2014) bahwa kualitas layanan online tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas.

c) Pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas. Pada KAI Maharani penumpang yang telah merasa puas atas kualitas layanan online yang diberikan maka akan membeli tiket lagi secara online, mengatakan hal positif kepada orang lain tentang KAI Maharani dan tidak mudah beralih ke moda transportasi lain. Hal ini juga sesuai dengan penelitian sebelumnya bahwa pelanggan yang puas akan lebih sering mengunjungi situs web karena peningkatan loyalitas, pelanggan online yang telah menjadi terbiasa untuk berbelanja di situs tertentu, maka proses keputusan

pembeliannya juga menjadi kebiasaan (Alba dan Hutchinson, 2007). Ketika seorang pelanggan merasa senang atau puas terhadap kualitas layanan online yang telah diberikan oleh penyedia layanan, maka pelanggan tersebut akan menjadi loyal (Anderson dan Srinivasan, 2003). Secara keseluruhan kepuasan memberi dampak positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Elkhani, *et al.*, 2014). Hasil ini menunjukkan bahwa jika kepuasan pelanggan semakin meningkat maka semakin meningkat pula loyalitas pelanggan.

- d) Pengaruh kualitas layanan online terhadap loyalitas yang dimediasi oleh kepuasan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan online (ESQ) berpengaruh terhadap loyalitas yang dimediasi oleh kepuasan, sehingga dapat disimpulkan bahwa meskipun kualitas layanan online (ESQ) yang baik pada website KAI tidak dapat memberikan pengaruh signifikan secara langsung terhadap loyalitas penumpang yang menggunakan website tersebut tetapi melalui variabel mediasi kepuasan. Pada KAI kualitas layanan online yang telah diberikan menjadikan pelanggan tersebut menjadi loyal dengan cara menjadikan pelanggan merasakan kepuasan terlebih dahulu, yaitu dengan cara memenuhi harapannya. Kepuasan penumpang KAI ini menjadi hal utama untuk membentuk loyalitas karena sebagai mediasi antara kualitas layanan online terhadap loyalitas, sehingga ketika kepuasan penumpang tidak terwujud maka loyalitas tidak bisa tercapai. Hal ini sesuai dengan teori sebelumnya yaitu kualitas layanan online berpengaruh terhadap loyalitas terutama secara tidak langsung yaitu melalui kepuasan (Ribbink, *et al.*, 2004). Osman dan Sentosa (2013) menyatakan bahwa kepuasan

pelanggan memainkan peran sebagai mediator hubungan antara kualitas layanan online terhadap loyalitas pelanggan. Vun, *et al.* (2013) mengambil kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening dalam penelitiannya. Dari hasil penelitian Vun, *et al.* (2013) ada hubungan positif yang signifikan antara kualitas layanan online dengan loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan. Hasil ini menunjukkan bahwa dalam membentuk sebuah loyalitas, yang harus dilakukan adalah membuat penumpang tersebut merasa puas dahulu dengan layanan *website* yang diberikan, karena dengan begitu akan mewujudkan loyalitas.