

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran umum objek

1. Sejarah berdirinya

Keberadaan kereta api di Indonesia tidak lepas dengan keberadaan belanda di Indonesia. Kereta api pertama kali dibawa ke Indonesia pada masa penjajahan belanda pada 17 juni 1864 dibangun oleh gubernur jendral Hindia Belanda Mr. Braon Sloet van den Beele. Pembangunan tersebut dikerjakan oleh perusahaan swata *Naamlooze Venootschap Nederlandsch Indische Spoorweg Maatschappij (NV NISM)* yang dipimpin oleh Ir JP de Bordes dari Kemijen ke desa Tanggung.

Setelah kemerdekaan karyawan KA yang tergabung dalam Angkatan Moeda Kereta Api (AMKA) mengambil alih perkerataa apian di Indonesia dari jepang. Peristiwa tersebut terjadi pada tanggal 28 September 1945. Pada tanggal 28 September juga diperingati sebagai hari kereta api di Indonesia. PT KAI beberapa kali berganti nama, pada pengambilalihan kereta api dari jepang bernama Djawatan Kereta Api Republik Indonesia (DKARI), kemudian namanya disingkat menjadi Djawatan Kereta Api (DKA). Pada tahun 1950 berubah menjadi Perusahaan Negara Kereta Api (PNKA). Pada tahun 1971 berdasarkan PP.No.61 tahun 1971 berubah menjadi Perusahaan Jawatan Kereta Api

(PJKA). Tahun 1991 berubah menjadi perusahaan umum (PERUMKA), tahun 1998 menjadi PT Kereta Api (Persero). Dan akhirnya pada tahun 2010 sampai sekarang menjadi PT Kereta Api Indonesia (KAI).

2. Visi dan Misi perusahaan

Visi perusahaan penyedia jasa perkeretaapian terbaik yang fokus pada pelayanan pelanggan dan memenuhi harapan *stakeholders*.

Misi perusahaan 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 pilar utama: Keselamatan, Ketepatan waktu, Pelayanan dan Kenyamanan.

B. Gambaran umum responden

Jumlah responden yang dianalisis dalam penelitian ini berjumlah 100 orang. Pengumpulan data dilakukan dengan mendistribusikan kuesioner ke lebih dari 100 responden, hal itu dilakukan guna mencegah terjadinya tidak lengkapnya jawaban dari responden. Pemilihan sampel harus memenuhi kriteria yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Kriteria yang dipilih dalam penelitian ini untuk menjadi responden meliputi minimal berumur 17 tahun saat mengisi kuesioner, dan sudah pernah memakai layanan *online reservation ticket* PT. KAI.

Penyajiaan identitas responden diperlukan untuk mengetahui gambaran responden dan apakah sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan

dalam penelitian ini. Identitas diri yang ada dalam kuesioner tersebut meliputi, umur, jenis kelamin, frekuensi penggunaan *online reservation*, pendidikan terakhir, dan pekerjaan. Berikut pembahasan tentang klasifikasi demografi responden.

1. Responden menurut umur

Pengguna moda transportasi sangat beragam, termasuk kereta api yang merupakan moda transportasi massal yang sering digunakan oleh masyarakat Indonesia. Berikut klasifikasi responden pengguna kereta api menurut umur:

Tabel 4.1
Jumlah responden menurut umur

Usia	Jumlah responden	Persentase
17 - 21	48	48
22 - 26	43	43
27 - 31	8	8
32 - 36	0	0
37 - 41	1	1
Total	100	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2018, Lampiran 2

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa umur responden terbanyak ialah orang yang berumur 17-21 tahun dengan presentase 48%, diikuti oleh orang berumur 22-26 tahun dengan presentase 43%, orang berumur 27-31 dengan presentase 8%, dan orang berumur 37-41 dengan presentase 1%. Sedangkan responden dengan umur 32-36 tidak ada. Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa kalangan muda sangat aktif dalam menggunakan internet.

2. Responden menurut jenis kelamin

Pengguna kereta api sekarang bervariasi, tidak lagi didominasi oleh laki-laki. Perempuan sudah banyak menggunakan transportasi kereta api. Berikut jumlah responden berdasarkan jenis kelamin:

Tabel 4.2
Jumlah responden menurut jenis kelamin

Jenis kelamin	Responden	Persentase
Laki-laki	54	54
Perempuan	46	46
Total	100	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2018, Lampiran 2

Berdasarkan tabel 4.2 jumlah responden laki-laki berjumlah 54 dengan presentase 54%. Sedangkan jumlah responden perempuan 46 responden dengan presentase 46%.

3. Responden menurut frekuensi menggunakan *online reservation*

Frekuensi penggunaan *online reservation* dapat dijadikan acuan tingkat kepuasan konsumen dalam menggunakan layanan tersebut. Semakin sering menggunakan layanan tersebut maka semakin puas dengan layanan tersebut. Berikut jumlah responden berdasarkan frekuensi penggunaan:

Tabel 4.3
Jumlah responden menurut frekuensi penggunaan

Frekuensi penggunaan	Responden	Persentase
1-3	49	49
4-6	22	22
7-10	11	11
>10	18	18
Total	100	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2018, Lampiran 2

Tabel 4.3 menunjukkan bahwa responden yang menggunakan layanan *online reservation* 1-3 sebanyak 49 responden, 4-6 kali menggunakan sebanyak 22 orang, 11 orang menggunakan sebanyak 7-10 kali, sedangkan yang menggunakan lebih dari 10 berjumlah 18 orang.

4. Responden menurut pendidikan

Tingkat pendidikan dapat menjelaskan kaitannya dengan penggunaan layanan *online reservation*. Berikut jumlah responden berdasarkan tingkat pendidikan :

Tabel 4.4
Jumlah responden menurut pendidikan

Pendidikan	Responden	Persentase
SMA/SMK	71	71
D3	7	7
S1	21	21
S2	1	1
S3	0	0
Pendidikan	Responden	Persentase
Total	100	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2018, Lampiran 2

Berdasarkan tabel 4.4 dapat diketahui bahwa responden terbanyak memiliki pendidikan terakhir SMA/SMK dengan 71 responden, diikuti oleh S1 dengan jumlah responden 21 orang, D3 dengan 7 orang responden, S2 dengan 1 responden. Sedangkan orang yang pendidikan terakhir S3 tidak ada.

5. Responden menurut pekerjaan

Pekerjaan sering mempengaruhi keputusan seseorang dalam membeli suatu produk atau jasa. Semakin tinggi pekerjaan seseorang, semakin besar pengaruh dalam keputusan beli. Berikut jumlah responden menurut pekerjaan :

Tabel 4.5
Jumlah responden menurut pekerjaan

Pekerjaan	Responden	Persentase
Pelajar/Mahasiswa	72	72
PNS	6	6
Swasta	9	9
Guru/Dosen	2	2
Dokter/Tenaga medis	7	7
Lain-lain	4	4
Total	100	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2018, Lampiran 2

Tabel 4.5 menunjukkan bahwa pelajar/mahasiswa merupakan pengguna terbanyak dengan 72 responden. Selanjutnya diikuti oleh swasta dengan 9 responden, Dokter/tenaga medis dengan 7 responden, PNS dengan 6 responden, pekerjaan lain-lain dengan 4 responden dan Guru/Dosen 2

responden. Hal ini menjelaskan bahwa pengguna layanan *online reservation* adalah kalangan anak muda.

C. Deskripsi Variabel

Variabel dalam penelitian ini akan dikategorikan dalam 5 kategori yaitu, Sangat Tinggi, Tinggi, Sedang, Rendah, Sangat Rendah. Kategori ini digunakan untuk mengetahui seberapa tinggi kepuasan konsumen terhadap setiap variabel. Untuk mengetahui batas interval kategori, maka batas kategori dapat ditentukan dengan menggunakan rumus berikut:

$$\begin{aligned}\text{Interval kelas} &= (\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}) : \text{Jumlah Kategori} \\ &= (5-1) : 5 \\ &= 0,8\end{aligned}$$

Berdasarkan rumus diatas dapat diketahui bahwa batas interval 0,8.

Sehingga batas interval dapat ditunjukkan dalam tabel berikut:

Tabel 4.6
Batas Kategori

Batas Kategori	Kategori
1 – 1,79	Sangat Rendah
1,8 - 2,59	Rendah
2,6 – 3,39	Sedang
3,4 – 4,19	Tinggi
4,2 – 5,00	Sangat Tinggi

Berdasarkan tabel 4.6 dapat diketahui batasan kategori untuk menjawab masing-masing deskripsi variabel. Berikut ini adalah deskripsi untuk masing-masing variabel :

Tabel 4.7
Deskripsi Variabel

Variabel	Mean	Kategori
<i>Efficiency</i>	4.003333	Tinggi
<i>Fulfillment</i>	3.86	Tinggi
<i>System availability</i>	3.6475	Tinggi
<i>Privacy</i>	4.02	Tinggi

Dari tabel 4.7 dapat diketahui bahwa variabel *efficiency* memiliki *mean* sebesar 4.0033 dengan kategori tinggi, sedangkan variabel *fulfillment* memiliki *mean* 3.86 dengan kategori tinggi, variabel *system availability* memiliki nilai *mean* 3.6475 dengan kategori tinggi, dan variabel *privacy* memiliki nilai *mean* 4.02 dengan kategori tinggi.

D. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

1. Uji Validitas

Pengukuran validitas dilakukan dengan bantuan program SPSS. Nilai signifikan yang ada di bawah menunjukkan item yang valid. Pengujian validitas yang lebih lengkap terdapat pada tabel 4.8 berikut :

Tabel 4.8
Hasil pengujian validitas

No	Indikator	Sig.	Keterangan
1.	Efficiency	0,000	Valid
	Efisien 1	0,000	Valid
	Efisien 2	0,000	Valid
	Efisien 3		
2.	Fulfillment	0,000	Valid
	Pemenuhan 1	0,000	Valid
	Pemenuhan 2	0,000	Valid
	Pemenuhan 3		
3.	System availability	0,000	Valid
	Ketersediaan sistem 1	0,000	Valid
	Ketersediaan sistem 2	0,000	Valid
	Ketersediaan sistem 3	0,000	Valid
	Ketersediaan sistem 4		

No	Indikator	Sig.	Keterangan
4.	Privacy	0,000	Valid
	Privasi 1	0,000	Valid
	Privasi 2		
5.	Kepuasan Konsumen	0,000	Valid
	Kepuasan konsumen 1	0,000	Valid
	Kepuasan konsumen 2	0,000	Valid
	Kepuasan konsumen 3	0,000	Valid

	Kepuasan konsumen 4		
--	---------------------	--	--

Sumber : Data primer yang diolah, 2018, Lampiran 3

Tabel 4.8 menunjukkan bahwa semua indikator yang digunakan mengukur variabel dalam penelitian ini mempunyai nilai signifikan kurang dari 0,05. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa semua indikator valid.

2. Uji Reliabilitas

Dalam penelitian untuk menguji reliabilitas kuesioner adalah menggunakan rumus koefisien *Alpha Cronbach* 0,6 dengan bantuan *software* SPSS. Berikut tabel nilai hasil perhitungan tersebut

Tabel 4.9
Hasil pengujian realibilitas

Variable	Alpha	Keterangan
<i>Efficiency</i>	0,870	Reliabel
<i>Fulfillment</i>	0,773	Reliabel

Variable	Alpha	Keterangan
<i>System availability</i>	0,825	Reliabel
<i>Privacy</i>	0,796	Reliabel
<i>Kepuasan konsumen</i>	0,912	Reliabel

Sumber : Data primer yang diolah, 2018, Lampiran 3

Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai alpha lebih dari 0,6. Sehingga dapat dikatakan bahwa semua variabel dalam keusioner penelitian ini realibel atau handal.

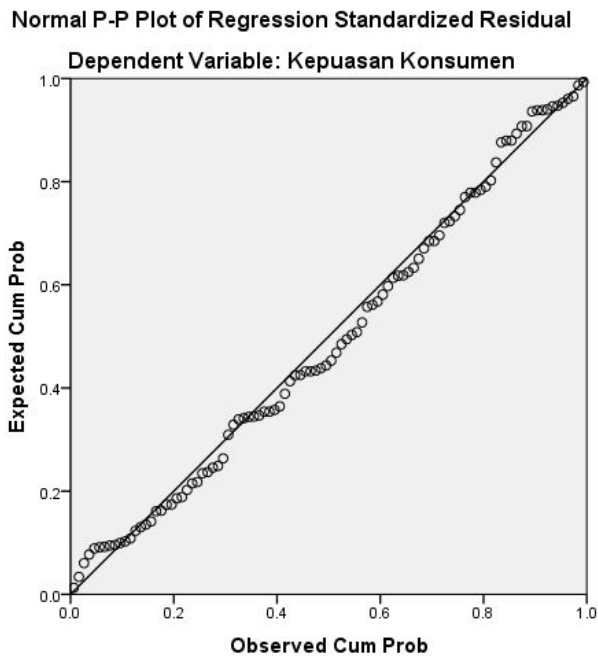
E. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan prasyarat dalam pengujian regresi linier berganda. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah ada masalah asumsi-asumsi klasik yang ada dalam penelitian ini.

Pengujian asumsi klasik meliputi :

1. Uji Normalitas

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel dependend dan independend berdistribusi normal atau tidak. Suatu data yang dikatakan normal apabila data menyebar disekitar garis diagonal, dan apabila data mnyebar jauh dari garis diagonal maka data tersebut tidak normal.



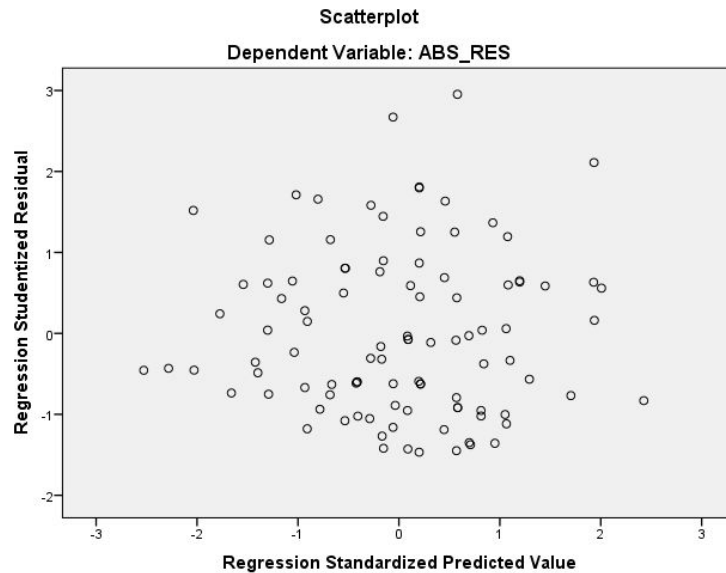
Gambar 4.1
Pengujaian Normalitas

Dari hasil pengujaian normalitas tersebut, maka dapat diketahui bahwa data dalam penelitian ini menyebar disekitar garis diagonal. Hal berarti data tersebut berdistribusi normal.

2. Uji Heterokedastisitas

Pengujaian ini dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya heterokedastisitas pada model regresi. Dikatakan heterokedastisitas apabila titik-titik membentuk pola tertentu seperti bergelombang, melebar, atau menyempit. Sebaliknya apabila titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka nol maka model regresi tersebut tidak

heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah model regresi yang tidak heterokedastisitas.



Gambar 4.2
Pengujian Heterokedastisitas

Dalam pengujian tersebut diketahui bahwa titik-titik menyebar secara acak dan tersebar keatas dan kebawah angka nol. Hal ini dapat diartikan bahwa model regresi tersebut tidak heterokedastisitas.

3. Uji Multikolinearitas

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah ditemukan korelasi antar variabel bebas. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*), apabila nilai VIF lebih dari 10 maka model regresi tersebut bebas dari

multikolinearitas. Hasil pengujian multikolinearitas penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.10

Tabel 4.10
Hasil uji multikolinearitas

Variabel	VIF	Keterangan
Efficiency	1.476	Tidak Multikolinearitas
Fulfillment	1.050	Tidak Multikolinearitas
System Availability	1.758	Tidak Multikolinearitas
Privacy	1.621	Tidak Multikolinearitas

Sumber : Data primer yang diolah, 2018, Lampiran 4

Hasil pengujian multikolinearitas menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai VIF kurang dari 10. Hal ini berarti bahwa semua variabel model regresi dalam penelitian ini tidak multikolinearitas.

F. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel *independent* (*efficiency, fulfillment, system availability, dan privacy*) terhadap variabel *dependent* yaitu kepuasan konsumen. Perhitungan statistik dilakukan dengan bantuan program *SPSS*. Hasil perhitungan dapat dilihat pada tabel 4.11 berikut ini :

Tabel 4.11
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandarsized		Standarized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	1.042	1.727		.603	.548
Efficiency	.448	.110	.347	4.072	.000
Fulfillment	0.94	.112	.060	.836	.405
System Availability	.357	.114	.290	3.119	.002
Privacy	.440	.175	.225	2.519	.013

Sumber : Data primer yang diolah, 2018, Lampiran 5

Dari hasil perhitungan tersebut dapat disajikan dalam persamaan berikut :

$$Y = 0,347X_1 + 0,060X_2 + 0,290X_3 + 0,225X_4$$

Persamaan tersebut dapat diartikan sebagai berikut :

- a. Koefisien regresi variabel *efficiency* berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.
- b. Koefisien regresi variabel *fulfillment* tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.
- c. Koefisien regresi variabel *system availability* berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.
- d. Koefisien regresi variabel *privacy* berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

G. Uji Hipotesis

1. Uji t

Uji t dilakukan untuk mengetahui apakah ada pengaruh variabel *independent* (*efficiency, fulfillment, system availability, dan privacy*) terhadap variabel *dependent* yaitu kepuasan konsumen secara terpisah atau parsial.

Tabel 4.12
Hasil pengujian Uji t

Model	t	Sig.
(Constant)	.603	.548
Efficiency	4.072	.000
Fulfillment	.836	.405
System Availability	3.119	.002
Privacy	2.519	.013

Sumber : Data primer yang diolah, 2018, Lampiran 5

a. *Efficiency*

Dari pengujian diperoleh nilai $t = 4,072$ dengan signifikan $0,00 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan nilai signifikan dibawah $0,05$ maka *efficiency* memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal ini berarti H_1 diterima.

b. *Fulfillment*

Dari hasil pengujian diperoleh nilai $t = 0,836$ dengan signifikan $0,405 > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Dengan nilai signifikan lebih besar dari 0,005 *fulfillment* tidak berpengaruh positif dan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini berarti H2 ditolak.

c. *System availability*

Hasil pengujian menunjukkan nilai $t = 3,119$ dengan signifikan $0,002 < 0,005$, maka H_0 ditolak H_a diterima. Dengan nilai signifikan dibawah 0,05 *system availability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini berarti H3 diterima.

d. *Privacy*

Dari pengujian diperoleh nilai $t = 2,519$ dengan signifikan $0,013 < 0,05$, maka H_0 ditolak H_a diterima. Dengan nilai signifikan dibawah 0,05 *privacy* berpengaruh positif dan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini H4 diterima.

2. Uji F

Uji f dilakukan untuk mengetahui apakah ada pengaruh variabel *independent (efficiency, fulfillment, system availability, dan privacy)* terhadap variabel *dependent* yaitu kepuasan konsumen secara bersama-sama. Hasil pengujian dapat dilihat pada tabel 4.13 berikut :

Tabel 4.13
Hasil uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Square	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	400.153	4	100.038	27.107	.000 ^b
Residual	350.597	95	3.690		
Total	750.750	99			

Sumber : Data primer yang diolah,2018, Lampiran 5

Dari hasil pengujian diperoleh nilai $F = 27,107$ dengan signifikan $0,000 < 0,05$, maka variabel *independent* (*efficiency, fulfillment, system availability, privacy*) berpengaruh positif dan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

3. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur berapa besar variabel *independent* mempengaruhi variabel *dependent*. Nilai koefisien determinasi ditentukan oleh *adjusted R square*. Hasil pengujian koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel 4.14 berikut:

Tabel 4.14
Hasil koefisien determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.730 ^a	.533	.513	1.921

Sumber : Data primer yang diolah, 2018, Lampiran 5

Dari hasil penghitungan diperoleh nilai *adjusted R square* sebesar 0,513. Sehingga dapat diartikan bahwa variabel *independent* (*efficiency, fulfillment, system availability, privacy*) mempengaruhi kepuasan konsumen sebesar 51,3%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

H. Pembahasan

1. Deskripsi Variabel

Berdasarkan penelitian deskripsi variabel ini menunjukkan bahwa variabel *efficiency, fulfillment, system availability, dan privacy* memiliki kategori yang tinggi dalam hal mempengaruhi kepuasan konsumen. Dengan melihat tingginya rata-rata setiap variabel hal ini menunjukkan bahwa variabel *independent* yaitu *efficiency, fulfillment, system availability, dan privacy* berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

2. Pengaruh *efficiency* terhadap kepuasan konsumen

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *efficiency* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini membuktikan bahwa kemudahan dalam mengakses situs, kemudahan mendapatkan informasi pemberitahuan, dan dapat

meninggalkan situs dengan cepat dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

3. Pengaruh *fulfillment* terhadap kepuasan konsumen

Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemenuhan kebutuhan (*fulfillment*) berpengaruh positif tetapi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal tersebut membuktikan bahwa kemudahan mengoperasikan situs bagi pengguna pertama, kecepatan konfirmasi layanan, dan ketersediaan stok produk, menunjukkan variabel *fulfillment* tidak mempengaruhi ketidakpuasan konsumen terhadap PT KAI. Konsumen akan tetap puas terhadap PT KAI meskipun variabel *fulfillment* memiliki layanan yang buruk.

4. Pengaruh *system availability* terhadap kepuasan konsumen

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ketersediaan sistem (*system availability*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa situs berfungsi dengan baik, kemudahan mengoperasikan situs, permasalahan gangguan jaringan, dan kecepatan akses ke situs dapat meningkatkan kepuasan konsumen apabila dikelola dengan baik.

5. Pengaruh *privacy* terhadap kepuasan konsumen

Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa privasi (*privacy*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini ditunjukkan dengan kepercayaan konsumen terkait keandalan

untuk tidak menyalahgunakan informasi, dan keamanan pada saat transaksi *financial* sehingga *privacy* dapat meningkatkan kepuasan konsumen.