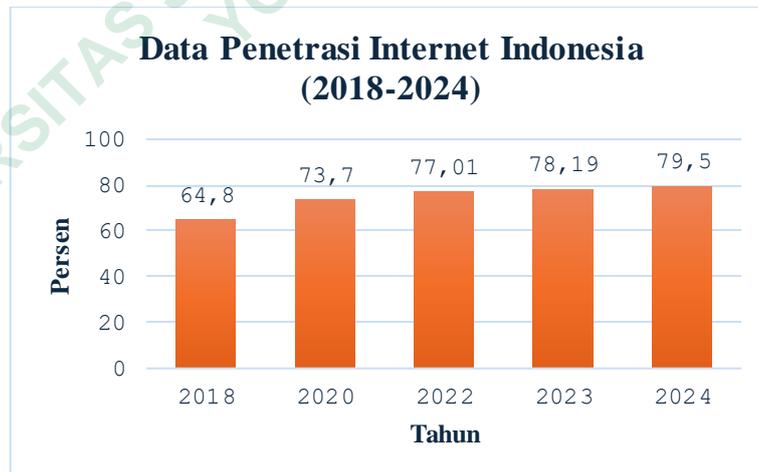


# BAB 1

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Perkembangan zaman pada era globalisasi, kemajuan teknologi serta komunikasi semakin meningkat memberikan pengaruh tinggi pada aspek-aspek dalam kehidupan manusia, salah satunya yaitu internet. Internet salah satu adanya berkembangnya teknologi dan sistem informasi tidak bisa lepas dari semua kegiatan yang dilakukan oleh manusia. Dalam penyebaran dan penyampaian informasi, internet memiliki jangkauan yang sangat luas. Di negara Indonesia, jumlah pengguna internet semakin meningkat tiap tahunnya. Hasil survei dari Asosiasi Jasa Internet Indonesia (APJII), terdapat penambahan pengguna internet di negara Indonesia awal 2024 berjumlah 221.563.479 jiwa dari total populasi penduduk di Indonesia pada 2023 jumlah 278.696.200 jiwa. Terdapat peningkatan sebesar 1,31% dibandingkan pada periode sebelumnya sebesar 215.626.156 jiwa. Dapat diartikan bahwa rasio masyarakat yang terkoneksi internet pada tahun 2024 merupakan yang tertinggi karena mencapai 79,5 persen dari total populasi nasional (Ahdiat, 2024).



Gambar 1. 1 Data Penetrasi Internet 2018-2024

Sumber : [www.databoks.katadata.co.id](http://www.databoks.katadata.co.id)

Berdasarkan pada gambar 1.1 APJII mengungkapkan, dari tahun ke tahun penetrasi internet di negara Indonesia meningkat. Akhir 2018, penetrasi

internet mengalami kenaikan dari 64,80% menjadi 73,70% pada tahun 2020. Kemudian terdapat kenaikan lagi menjadi 77,01% pada 2022 dan mengalami kenaikan secara terus menerus menyentuh 78,19% pada tahun 2023. Kemudian pada tahun 2024 awal sudah mencapai 79,5%.

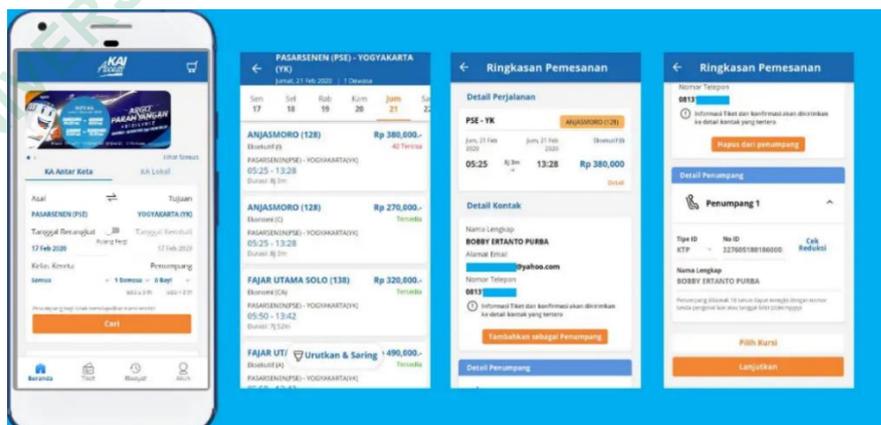
Adanya teknologi internet mempengaruhi dunia bisnis termasuk jasa transportasi. Pada perusahaan dengan bidang jasa transportasi ini sudah mengalami banyak perkembangan yang pesat mengakibatkan pesaing semakin banyak bermunculan. Efektivitas suatu perusahaan atau organisasi bergantung pada unsur-unsur yang ada di dalam perusahaan tersebut. Unsur-unsur perusahaan meliputi individu atau karyawan, kelompok, tugas, dan manajemen perusahaan itu sendiri (Pradana & Bantam, 2024). Masyarakat dengan kegiatan yang bermacam-macam seperti bekerja, sekolah, berpergian dan aktivitas lain membuat perusahaan dalam bidang transportasi dituntut berfikir secara kreatif untuk memenuhi semua kebutuhan yang diinginkan oleh masyarakat.

Masyarakat saat ini memerlukan alat bantu dan alat penunjang efektif dalam memenuhi kebutuhan aktivitasnya (Herawati et al., 2022). Adanya internet memudahkan pembelian tiket transportasi yang dulunya offline sekarang bisa secara *online*, hal tersebut cukup praktis digunakan karena dengan menggunakan *handphone* yang sudah terkoneksi dengan internet dan juga aplikasi jasa transportasi *online* yang ada didalamnya, masyarakat dapat dengan mudah melakukan pemesanan secara *online* layanan transportasi. Pengaruh lain adanya transportasi berbasis *online* memungkinkan masyarakat mengetahui setiap informasi pada jasa transportasi *online* secara mendetail seperti jadwal keberangkatan, ketersediaan tiket, dan lainnya.

Perkembangan internet dalam jasa transportasi menciptakan sebuah inovasi dalam melakukan pembelian tiket maupun transaksi dari yang tadinya langsung melalui loket pembayaran kemudian beralih ke media digital melalui internet yang secara langsung memberikan perkembangan baik pada dunia internet. Cara ini banyak diminati oleh kalangan pada zaman sekarang karena dalam menggunakannya sangat mudah serta bisa dilakukan kapanpun dan dimanapun tanpa harus mendatangi tempat penjualan, seluruh proses transaksi

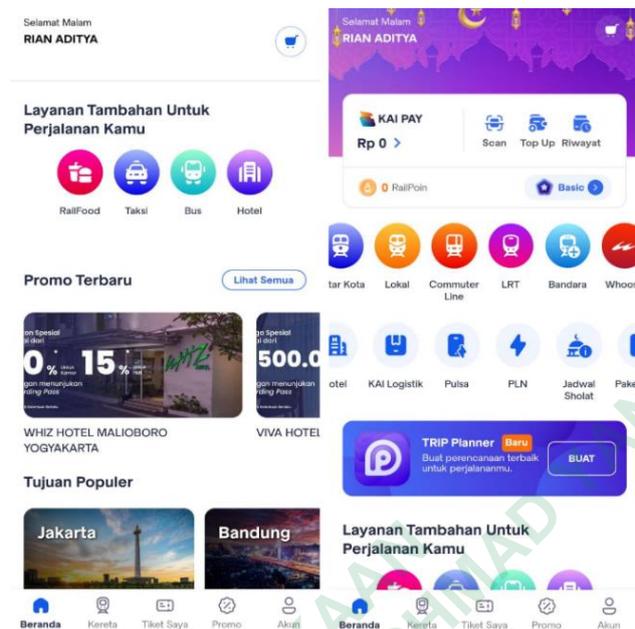
dapat terselesaikan lebih cepat hanya menggunakan media internet. Maka dari itu, perlu adanya peningkatan rencana pemasaran yang harus dijalankan pada perusahaan untuk meningkatkan pembelian pada konsumen (Nuronyah & Damayanti, 2024).

Salah satu yang menggunakan pembelian tiket melalui media digital internet adalah PT. Kereta Api Indonesia (Persero). PT. KAI merupakan sebuah badan usaha milik negara Indonesia yang mempunyai produk utama layanan jasa transportasi umum yakni menggunakan kereta api sebagai jenis angkutannya. Layanan yang disediakan PT. KAI Indonesia yakni angkutan penumpang serta barang (Salim, 2022). Tingkat pemakaian teknologi berbasis internet yang semakin tinggi memberikan sebuah peluang baru bagi PT. KAI dalam memberikan inovasi pada majunya *e-commerce* yakni membuat sebuah aplikasi seperti *ticketing online*. Dengan tujuan utama memberikan kemudahan setiap konsumen dalam transaksi pembelian tiket kereta api dan konsumen dengan mudah dapat mengakses informasi dari PT. Kereta Api Indonesia. Bulan September 2014 lalu, PT. Kereta Api Indonesia resmi merilis aplikasi *mobile* pertamanya bagi para penggunanya yaitu *KAI Access* yang berganti nama menjadi *Access by KAI* sejak Agustus 2023, aplikasi ini diharapkan bisa memenuhi kebutuhan bagi para penumpang kereta api lokal, jarak jauh, maupun menengah (Hamami, 2023).



Gambar 1. 2 Tampilan KAI Access Tampilan Lama

Sumber : Diolah Peneliti (2024)



Gambar 1. 3 Tampilan Aplikasi Terbaru *Access by KAI* 2024

Sumber : Diolah Peneliti (2024)

Aplikasi ini awal mulanya digunakan sebagai transaksi pemesanan tiket kereta jarak jauh serta menengah sesuai pada gambar 1.2, tetapi fiturnya kini sudah bertambah dan bisa untuk membeli tiket kereta api lokal, membatalkan pemesanan tiket, mengubah nomor tempat duduk hingga mengubah jadwal keberangkatan pada kereta api. Berdasarkan pada gambar 1.3 terdapat juga fitur atau menu layanan baru seperti *trip planner*, reservasi hotel, *live tracking* dan *loyalty point* di aplikasi *Access by KAI* yang dapat memenuhi kebutuhan pelanggan kereta api. Keunggulan lain dari aplikasi *Access by KAI* ini antara lain, pelanggan tidak hanya dapat memesan tiket kereta api jarak jauh maupun *local commuter line*, tetapi juga bisa membeli tiket KA Bandara, tiket LRT Jabodebek, *single sign on*, melakukan pendaftaran *Face Recognition Boarding Gate*, dan melakukan transfer tiket.

Dengan adanya *upgrade* dari aplikasi *Access by KAI*, konsumen saat ini bisa memesan makanan maupun minuman yang dapat dilakukan saat melakukan pemesanan tiket kereta api yang ada pada menu *rail food* dengan pembayarannya dapat menggunakan KAI Pay. Adanya *Access by KAI* diharapkan juga bisa digunakan aplikasi andalan bagi masyarakat guna

memenuhi berbagai kebutuhan di luar transportasi dimana aplikasi *Access by KAI* juga dapat dimanfaatkan sebagai layanan PPOB (*payment point online bank*) yakni melakukan pembelian pulsa, pembelian paket data, maupun token listrik. Dengan aplikasi ini menjadi solusi dalam memfasilitasi perjalanan yang dilakukan oleh konsumen kereta api dengan ditambahkan fitur-fitur yang inovatif (Nurchahyo, 2023).

Mengunduh aplikasi *Access by KAI* dari Playstore atau App Store pada smartphone yang menjalankan sistem operasi Android, serta iOS adalah cara kerja aplikasi tersebut. Setelah melakukan registrasi, lakukan pencatatan terlebih dahulu dengan mengisi rangkaian rincian ID individu meliputi nama lengkap, jenis kelamin, tanggal lahir, nomor KTP serta email. Pengguna kemudian akan dibawa ke tampilan kolom yang menunjukkan tanggal keberangkatan, stasiun asal, tujuan, kelas yang dipilih, dan jumlah penumpang yang melakukan perjalanan. Konsumen nantinya akan memilih kereta mana yang akan digunakan yang disesuaikan dengan *budget* kemudian memesan tiket kereta, sistem pembayaran tiket maupun fasilitas lain yang disediakan oleh aplikasi ini melalui *KAIPAY*, ATM, *minimarket*, *E-Wallet*, *payment point* dan pembayaran lainnya.



Gambar 1. 4 Penumpang Kereta Api Tahun 2019-2023

Sumber : [www.databoks.katadata.co.id](http://www.databoks.katadata.co.id)

Terdapat peningkatan yang bisa dilihat pada gambar 1.4 setelah pemulihan pasca covid-19. Menurut Badan Pusat Statistika (BPS) yang berdasarkan pada sumber PT. KAI (persero) dan Kereta Commuter Indonesia, jumlah penumpang yang menggunakan kereta api pada 2023 hingga 371,54 juta penumpang, angka ini mengalami peningkatan sebesar 34,07% dibandingkan pada tahun sebelumnya yang mencatat 277,12 juta penumpang. Perjalanan kereta api terus menjadi pilihan yang populer bagi banyak orang di negara Indonesia, dan peningkatan ini menunjukkan betapa pentingnya sistem transportasi kereta api dalam menghubungkan berbagai kota maupun daerah di negara ini (Annur, 2023).

Tabel 1. 1 Unduhan aplikasi pembelian tiket *online*

No	Aplikasi	Jumlah Unduhan	Penilaian (Rating)	Jumlah Ulasan
1	Traveloka	50.000.000+	4,8	1,8 juta
2	Agoda	50.000.000+	4,7	1,7 juta
3	<i>Access by KAI</i>	10.000.000+	2,3	207 ribu
4	Tiket.com	10.000.000+	4,8	304 ribu
5	Trip.com	10.000.000+	4,7	302 ribu

Sumber : Google play store (2024)

Dari tabel 1.1 bisa dilihat bahwa pengunduhan aplikasi *Access by KAI* pada *playstore* tidak memiliki perbedaan yang signifikan dengan aplikasi pembelian tiket *online* lainnya. Traveloka memiliki jumlah pengunduhan sebesar 50.000.000+, Agoda dengan pengunduhan sebesar 50.000.000+, *Access by KAI* sebesar 10.000.000+, Tiket.com sebesar 10.000.000+, dan Trip.com sebesar 10.000.000+. Berdasar pada tabel penilaian (*rating*) aplikasi diatas, *Access by KAI* mendapatkan penilaian paling rendah jika dibandingkan dengan aplikasi lainnya yaitu dengan penilaian sebesar 2,3 dari sekitar 207 ribu ulasan para pengguna. Berikut ini beberapa ulasan aplikasi *Access by KAI* yang diambil berdasarkan rating paling relevan pada *google play store*:

Tabel 1. 2 Ulasan pengguna aplikasi *Access by KAI* 2024

No	Ulasan di <i>Google Play Store</i>	Rating
1.	<p><i>“Aplikasi KAI Access sebelumnya lebih simple dan jelas, digunakan langsung lancer sesuai yang dituju. Setelah di upgrade dengan yang baru, hanya untuk mengecek posisi kereta saja tidak bisa di klik?. Lebih baik kembalikan seperti aplikasi KAI yang awal, lancar digunakan tampilan juga jelas. Upgrade baru malah diklik posisi kereta yang seharusnya keluar menu tampilan jadwal posisi kereta mengapa ini malah hasilnya loncat ke pesan tiket Commuter Line” (MfieldMioMel M3) (25/04/2024)</i></p>	1
2.	<p><i>“Kecewa berat. Udah dipantengin sampai begadang tapi tiket nggak muncul walaupun terus dipantau, sekalinnya muncul pasti sudah habis akhirnya harus milih jadwal lain. Milih jadwal lain ribet pembayaran, pake qris nggak bisa, ada warning mulu apalah apalah. Dikit<sup>2</sup> update lagi apknya, iya kalau makin baik, ini malah bikin kesel. Males banget” (Fitri Syarifah) (15/05/2024)</i></p>	1
3.	<p><i>“Setiap war tiket tengah malam tinggal bayar aja lemot banget aplikasinya. Sampai akhirnya selalu kehabisan tiket gara-gara tinggal masukin password saja lemot kali. Udah ganti pake paket data ke wifi dan sebaliknya, sinyal juga bagus, masih tetep buffering. Sering juga error akhir-akhir ini.” (Lenny Febryana) (19/05/2024)</i></p>	1
4.	<p><i>“Jelek banget sumpah, mau payment aja sulitnya minta ampun. Metode pembayarannya ga banyak pilihannya untuk yg lokal, mau menyambungkan e- wallet ga bisa-bisa. Dan udah coba Top Up malah ga masuk, saldo udah ke potong. Udah berapa taun tidak naik kereta, kirain udah wah dan</i></p>	1

No	Ulasan di <i>Google Play Store</i>	Rating
	<i>sesimpel itu. yeh taunya malah begini ribet” (Novan Hery Styawan) (27/05/2024)</i>	
5.	<i>“Setiap order, belum selesai pesan sudah waktu anda habis. Udah di cepetin ketik dan berkali-kali, Sudah lanjut, keterangan waktu anda habis coba beberapa saat lagi. Sering banget begitu. Lalu ngapain ada pesan online kalo dikit-dikit waktu habis dan ujungnya pesan ke stasiun langsung.” (Iyan Faix Humaili) (29/05/2024)</i>	1
6.	<i>“Access by KAI tolong dong yang konsiten, tiket promo/go show konsisten ditampilkan pas 2 jam sebelum keberangkatan (tiket langsung berubah ke harga promo) ini sering kali berubah seenaknya sendiri, kadang 100 menit sebelum keberangkatan, 70 menit, 90 menit, dll setelah di update aplikasinya kenapa kok ketika pembayaran sering error, coba lagi malah waktu pembayaran nya habis, mending aplikasi KAI Access yang dulu simple dan cepat. Tolong di respon dan di perbaiki terima kasih” (Arif Raydifrans) (02/06/2024)</i>	1
7.	<i>“Min, Tolong dibenerin aplikasinya, mau pesan tiket selalu terkendala "Waktu Pemesanan Telah Habis, Silahkan Lakukan Pemesanan Ulang". Memangnya waktu pemesanan limitnya berapa detik? Udah reinstal, udah clear cache tapi tetap tidak ada perubahan. Jangan Aplikasinya ada tapi tetap harus pesan manual. Terima kasih.” (Citro Gondo) (29/06/2024)</i>	1
8.	<i>“Kereta api adalah moda transportasi utama saya setiap minggu kalau keluar kota, dan mengandalkan tiket go show, tetapi beberapa kali dikecewakan dengan aplikasi ini, sering time out, bahkan ada keterangan server sedang bekerja</i>	2

No	Ulasan di <i>Google Play Store</i>	Rating
	<i>keras, sampai-sampai sering membatalkan perjalanan gara-gara tidak berhasil untuk pesan tiket go show, tolong dong KAI diperbaiki lagi kualitas dari aplikasinya mengingat banyak yang mengandalkan moda transportasi ini” (Marista Dwi Rahmayanti) (14/02/2024)</i>	
9.	<i>“Maaf ya kasih bintang 2 dulu karena suka eror aplikasinya, padahal untuk jaringan internet maupun wifi tergolong lancar, saat mau pesan tiket kereta terkadang aplikasinya keluar sendiri &amp; ketika mau top up sulit itu yang jadi kendalanya. Lebih suka sama yang versi lama sebenarnya, semoga lebih baik lagi kedepannya. Jika sudah kembali lancar dan normal saya kasih bintang tambahan lagi.” (Ajeng Dwi R) (14/02/2024)</i>	2
10.	<i>“Evaluasi aplikasinya, semenjak di update access by kai, lebih sering error &amp; loading nya lama banget. Sering muncul kode error. Apalagi kalau waktu war muncul tidak bisa booking karna sudah lebih dari 15 kali, padahal user bolak balik booking ya karna di halaman tertentu aplikasi stuck, sehingga user terpaksa membatalkan, setelah itu akun kita tidak dapat digunakan beli tiket seharian, menyusahkan sekali, padahal sistem yang error. Lalu sering juga tiket sukses dibayar dan uang terdebit, tapi tiket tidak muncul” (Ayu Arinda Febrianti) (17/05/2024)</i>	2
11.	<i>“Selalu kendala nya di saldo yang tidak bertambah setelah di Top up dan pembayaran tiba-tiba keluar dari laman, sudah berulang kali di re-install masih aja begitu. Tolong tingkatkan lagi kualitasnya. Karena aplikasi ini sudah sangat pokok untuk masyarakat.” (Amirah Zahra) (09/07/2024)</i>	2

No	Ulasan di <i>Google Play Store</i>	Rating
12.	<p><i>“Kenapa setelah di update malah banyak kendalanya? Tolong dong KAI bisa diperbaiki lagi aplikasinya, mau pilih kursi lemotnya minta ampun, kemarin mau bayar eh QRIS nya gak muncul, sangat menghambat sekali dalam hal pemesanan untuk customer KAI. Jujur malah lebih bagus dan simpel aplikasi yang dulu.” (Henif Daru Utami) (17/05/2024)</i></p>	3
13.	<p><i>“Awalnya download aplikasi ini tuh sebel banget ya karena ribet. Harus upgrade basic lah. Udah gitu gak bisa, coba beberapa kali tetep nggak bisa. Tapi setelah coba komplain lewat email. Alhamdulillah banget udah bisa. Meskipun nggak fast respon tapi setidaknya tetap di bantu. Balasnya di email ada jarak 1 jam an lah. Untung nya saat tidak terburu”, jadi nunggu pun gak masalah. Buat kalian yang kesulitan menggunakan aplikasi ini. Kalian bisa buka instagram nya KAI121 yang udah centang biru.” (Dev Fantasi) (28/05/2024)</i></p>	4
14.	<p><i>“Pertama kali saya unduh, saya cukup terkesan, semuanya tertata rapi, kombinasi warnanya menarik, informasi cukup lengkap, dan untuk mendaftarkan akun mudah sekali. Pemesanan tiketnya mudah dan cepat. Metode pembayaran pun beragam, bisa menggunakan kartu kredit/debit dan juga e-wallet. Juga ada jadwal sholat yang sangat berguna disaat perjalanan jauh dan antar kota. Namun, aplikasi ini juga memiliki kekurangan, diantaranya: TRIP PLANNER yang tidak bisa diakses dan Selalu crash” (M Alviandra F) (25/06/2024)</i></p>	4
15.	<p><i>“Aplikasi yang sangat mendukung untuk warga indonesia, ketika warga Indonesia ingin memesan tiket kereta lewat aplikasi online yaitu aplikasi KAI Access. Semoga</i></p>	5

No	Ulasan di <i>Google Play Store</i>	Rating
	<i>kedepannya KAI dipertahankan untuk harga tiket keretanya dan juga untuk pelayanannya di tingkatkan lagi, supaya warga indonesia banyak yang naik kereta api.” (Halim Abdurrazaq) (21/02/2024)</i>	
16.	<i>“Dalam pelayanan kereta api semua sudah sangat bagus cuma yang perlu diperhatikan saat mau mengubah jadwal atau pembatalan pemesanan tiket kereta tertera harus pengguna akun yang saya harap bisa diubah untuk semua penumpang bukan hanya pengguna akun saja agar bisa menggunakan menu penjadwalan atau pembatalan tiket terima kasih” (Rahmat Kurniawan) (07/03/2024)</i>	5
17.	<i>“Untuk pengalaman pertama kali naik kereta, awalnya banyak sekali kekhawatiran saya, saya merasa ragu dan ini itu, tapi saya coba saja. Alhamdulillah perjalanan saya lancar, tidak ada kendala baik dari penggunaan aplikasi, saat pemesanan tiket dan check in hingga perjalanan” (Ilma) (08/04/2024)</i>	5
18.	<i>“Terima kasih KAI Access. selalu menjadi sahabat saya dalam pemesanan kereta. Ada layanan reduksi juga untuk alumni kampus. Sangat bermanfaat bagi saya pejuang tiket kereta jarak jauh yg sedang merantau di kota lain. Semoga terus berkembang menjadi lebih baik. sukses terus PT KAI.” (Nurul Azizatunnisa) (25/06/2024)</i>	5
19.	<i>“Dari app lama sampai sekarang tidak pernah saya mengalami kesulitan, yang sering kendala mungkin device nya kurang, dan jarang diperbarui perangkat lunak device nya” (Wahyu Widodo) (30/06/2024)</i>	5

Sumber : Google Play store (2024)

Dari tabel 1.2 pengguna *play store* mendapatkan banyak keluhan tentang masalah yang dialami orang-orang dalam menggunakan aplikasi saat ini pada aplikasi *Access by KAI* seperti adanya hambatan saat melakukan pemesanan tiket, jadwal keberangkatan yang tidak di *update*, gagal saat memesan tiket tetapi saldo terpotong, aplikasi *bug*, *top up kai pay* selalu mengalami kendala, adanya sistem antrian, dan susah membuka aplikasi saat menggunakan jaringan seluler. Hal ini berbeda jauh dengan tujuan pemesanan tiket kereta api secara online mengatakan bahwa penumpang lebih mudah melakukan reservasi atau perubahan jadwal sesuai keinginannya. Dengan adanya permasalahan tersebut memungkinkan kepuasan konsumen akan terpengaruh.

Kepuasan konsumen yakni tingkatan dari yang dirasakan oleh konsumen setelah dilakukan perbandingan dari apa yang telah diterima dan apa yang mereka harapkan. Ketika kinerja dari produk atau layanan lebih rendah dibandingkan dengan apa yang diharapkan seorang konsumen, mereka akan merasakan ketidakpuasan. Tetapi saat kinerja sudah terdapat kesesuaian dengan harapan yang ada atau mungkin melebihi harapan dari konsumen tersebut maka mereka akan merasa terpuaskan (Prabowo et al., 2019). Kepuasan konsumen akan menimbulkan rasa percaya, dengan adanya kepercayaan yang tumbuh memungkinkan dapat mempengaruhi komitmen seseorang (Pradana & Bantam, 2023). Rasa senang juga akan muncul yang membuat konsumen akan merasa bahagia, gembira, dan puas saat menggunakan aplikasi *Access by KAI* (Damayanti & Handayani, 2023). Beberapa aspek yang memungkinkan bisa memberi pengaruh terhadap kepuasan konsumen saat melakukan pembelian barang atau jasa antara lain seperti adanya kualitas pelayanan, promosi, dan kemudahan penggunaan menjadi faktor penting bagi sebuah perusahaan.

Kualitas pelayanan sangat penting bagi perusahaan dikarenakan dapat menentukan tingkat dari kepuasan konsumen. Konsumen dapat merasa senang jika terdapat kualitas pelayanannya baik, sebaliknya jika konsumen merasa tidak puas berarti kualitas pelayanannya tidak baik dan kemungkinan buruknya tidak kembali untuk melakukan pembelian ulang dan tidak mau menggunakan

lagi produk maupun layanan yang ada (Kusumo & Rosyadi, 2023). Kualitas pelayanan diartikan totalitas fitur serta karakteristik dari layanan yang dinyatakan secara langsung maupun tersirat (Pitaloka & Wati, 2023). KAI mengklaim bahwa aplikasi *Access by KAI* bisa memberi kemudahan dan mempercepat proses pemesanan tiket secara *online*, akan tetapi pada faktanya banyak konsumen yang mengeluhkan kualitas pelayanan yang tidak memuaskan, bisa dilihat dari beberapa ulasan pengguna *Access by KAI* pada tabel 1.2 diatas yang mengatakan jadwal keberangkatan tidak ditemukan sedangkan di aplikasi lain seperti *traveloka.com* jadwal keberangkatan masih terbuka semua. Ulasan lain juga disampaikan seperti saldo hilang saat melakukan *top up* pada aplikasi, adanya antrian pada pemesanan tiket yang tidak sesuai dengan keterangan yang ada, terkendala saat masuk ke aplikasi, dan masih banyak ulasan lainnya.

Selain kualitas pelayanan, adanya promosi juga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Promosi digunakan sebagai alat dalam memberikan informasi untuk konsumen tentang adanya suatu produk maupun layanan dari perusahaan (Fiqri et al., 2024). Promosi adalah cara sebuah perusahaan untuk berkomunikasi kepada konsumen yang dituju, dengan tujuan memberikan informasi mengenai produk atau layanan dari perusahaan agar mereka mau membeli (Pitaloka & Wati, 2023). Pada era ini promosi tidak dalam bentuk media cetak serta elektronik saja, melainkan dalam bentuk media sosial seperti *website, facebook, instagram, x (twitter)* dan lainnya. Kreativitas perusahaan harus diperhatikan karena digunakan untuk menarik perhatian dari pelanggan untuk mempromosikan aplikasi tersebut dengan mengiklankan melalui *tv commercial, website* maupun sosial media. Aplikasi *Access by KAI* menawarkan berbagai promo diantaranya diskon spesial menginap di hotel, promo makanan, promo tiket liburan, dan potongan harga tiket kereta api, tetapi ada beberapa permasalahan saat akan melakukan klaim promo yang membuat konsumen jadi malas melakukan klaim yaitu dikarenakan adanya *lag* saat klaim promo saat *flash sale*, kurangnya informasi saat adanya promo, dan tidak adanya konsistensi waktu promo saat ditampilkan dan berubah dengan

sendirinya. Hal ini sangat merugikan bagi para konsumen yang biasanya sudah menantikan adanya promo tersebut

Faktor pendukung lainnya pada kepuasan konsumen adalah adanya kemudahan penggunaan dengan mengetahui besarnya seseorang dapat percaya dengan adanya teknologi mereka tidak perlu mengeluarkan usaha yang berlebih atau terbebas dari usaha (Rahmawati & Wati, 2023). Teknologi ini harus dapat dengan mudah memenuhi beberapa persyaratan kemudahan penggunaan agar aplikasinya dapat dipahami oleh setiap konsumen, adanya kejelasan, serta fleksibel atau kemampuan beradaptasi dalam pengoprasiannya (Maryanto & Kaihatu, 2021). Saat ini banyak sekali dari konsumen yang mengeluhkan adanya gangguan saat membuka aplikasi *Access by KAI* yang semakin sulit digunakan setelah adanya *update* terbaru, banyak yang beranggapan bahwa aplikasi sebelum *update* lebih baik dari pada aplikasi yang sekarang hanya untuk mengecek posisi kereta saja tidak bisa di klik dan *update* member yang membuat pusing karena sering terjadi *error*. Tetapi ada beberapa konsumen yang memberikan ulasan baik terkait *update* aplikasi sekarang yang semakin mudah digunakan.

Berdasarkan pada penjelasan diatas, peneliti memiliki ketertarikan melakukan penelitian berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Kemudahan penggunaan terhadap Kepuasan Konsumen pada aplikasi *Access by KAI* (Pada Daerah Istimewa Yogyakarta)”.

## **B. Rumusan Masalah**

Menurut pada latar belakang terdapat kemungkinan kualitas pelayanan, promosi, serta kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada aplikasi *Access by KAI*. Berdasarkan pada penelitian Komala & Selvi (2021), memberi pernyataan bahwa pada kualitas pelayanan tidak punya pengaruh terhadap kepuasan konsumen, tetapi menurut penelitian dari Tahfizah et al. (2024), kualitas pelayanan punya pengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. hal tersebut membuat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen belum ada kepastian apakah berpengaruh atau tidak.

Kemudian, dalam aplikasi *Access by KAI* terdapat beberapa permasalahan lain terkait kualitas pelayanan, promosi, dan kemudahan penggunaan. Pada kualitas pelayanan, jadwal keberangkatan kereta yang seharusnya sudah ada terkadang masih kosong, saldo hilang saat melakukan *top up* pada *payday*, dan adanya sistem antrian yang tidak sesuai dengan waktu pada tampilan layar. Pada promosi, adanya gangguan saat promo dan *flash sale* tiket kereta, dan tidak adanya konsistensi dalam pemberian promo. Selanjutnya pada kemudahan penggunaan konsumen mengeluhkan *update* baru aplikasi lebih sulit digunakan ketimbang saat belum di *update*, dan sering adanya *server down* pada aplikasi *Access by KAI* yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

Setelah menjabarkan permasalahan diatas, adapun pertanyaan penelitian yang diamati, yakni:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen yang menggunakan aplikasi *Access by KAI*?
2. Apakah promosi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen yang menggunakan aplikasi *Access by KAI*?
3. Apakah kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen yang menggunakan aplikasi *Access by KAI*?
4. Apakah kualitas pelayanan, promosi, dan kemudahan penggunaan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen yang menggunakan aplikasi *Access by KAI*?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pada rumusan masalah diatas, adapun tujuan dilaksanakan penelitian ini yaitu untuk:

1. Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen yang menggunakan aplikasi *Access by KAI*.
2. Untuk menguji pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen yang menggunakan aplikasi *Access by KAI*.
3. Untuk menguji pengaruh kemudahan penggunaan terhadap kepuasan konsumen yang menggunakan aplikasi *Access by KAI*.

4. Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan, promosi, dan kemudahan penggunaan secara simultan terhadap kepuasan konsumen yang menggunakan aplikasi *Access by KAI*.

#### **D. Manfaat Penelitian**

##### 1. Manfaat Teoritis

Pada penelitian diharapkan digunakan sebagai kajian keilmuan tambahan pada bidang manajemen pemasaran yang terkait studi pengaruh kualitas pelayanan, promosi serta kemudahan penggunaan. Hasil penelitian juga digunakan literatur untuk peneliti lain dengan topik sama atau serupa.

##### 2. Manfaat Praktis

Hasil dapat dipergunakan salah satu referensi maupun rujukan memecahkan sebuah masalah untuk dapat solusi dari aspek persepsi lewat kualitas pelayanan, promosi serta kemudahan penggunaan dalam meningkatkan kepuasan konsumen ketika memesan tiket kereta api secara *online* lewat aplikasi *Access by KAI*. Dengan ini agar perusahaan mampu memberi inovasi-inovasi terbaru dan menciptakan layanan yang lebih baik lagi dari sebelumnya agar menutupi kekurangan yang ada sebelumnya.

#### **E. Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian**

Agar pada penelitian ini tetap terarah, adapun ketentuan ruang lingkup dan batasan sebagai berikut.

1. Cakupan penelitian seluruh konsumen yang menggunakan aplikasi *Access by KAI* di Daerah Istimewa Yogyakarta.
2. Variabel yang digunakan kualitas pelayanan, promosi, dan kemudahan penggunaan sebagai variabel bebas serta kepuasan konsumen sebagai variabel terikat.
3. Indikator penelitian yang digunakan;
  - a) Kualitas Pelayanan:
    - 1) Bukti fisik
    - 2) Jaminan dan kepastian
    - 3) Keandalan
    - 4) Ketanggapan

- 5) Perhatian yang tulus
- b) Promosi:
    - 1) Hubungan masyarakat
    - 2) Periklanan
    - 3) Penjualan pribadi
    - 4) Promosi penjualan
  - c) Kemudahan Penggunaan:
    - 1) Dapat dikontrol
    - 2) Fleksibel
    - 3) Jelas dan dapat dipahami
    - 4) Mudah digunakan
    - 5) Mudah untuk dipelajari
  - d) Kepuasan Konsumen
    - 1) Kesesuaian dengan harapan
    - 2) Kesiediaan untuk merekomendasikan
    - 3) Minat untuk menggunakan kembali