

ANALISIS PENGARUH KEMUDAHAN TRANSAKSI, HARGA, FASILITAS DAN KETEPATAN WAKTU TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KRL SOLO-YOGYAKARTA

Oleh

Ivan Setyo Wibowo¹, Christiawan Hendratmoko²

^{1,2}Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta, Sukoharjo

Email: ¹wibowoivansetyo@gmail.com, ²chendratmoko@gmail.com

Abstract

Transportation becomes a human need in carrying out every activity. KRL is one of the modes of transportation that is currently favored by the public to support their daily activities. This research aims to determine how much influence the ease of transaction, price, facilities and timeliness have on KRL customer satisfaction. The quantitative type method was used in this study, the number of respondents used was 115. The technical analysis data used were multiple linear regression analysis and using the SPSS 21 tool. The results obtained in this study were the ease of transaction and price variables having a positive influence but not significant and variable facilities and timeliness have a positive effect on customer satisfaction. Taken together, the variables of ease of transaction, price, facilities and timeliness have a significant effect on KRL Solo- Yogyakarta customer satisfaction

Keywords: *Ease of Transaction, Price, Facilities, Timeliness and Customer Satisfaction*

PENDAHULUAN

Moda transportasi menjadi suatu hal penting bagi manusia dalam menjalankan setiap aktivitasnya sehari-hari. (Nurmalasi dan Aditya, 2018) menjelaskan bahwasanya transportasi merupakan suatu sarana bagi masyarakat dalam kehidupan sehari-hari untuk berpindah dari satu tempat ketempat lainnya. Adanya moda transportasi juga mampu menunjang kecepatan dan ketepatan masyarakat untuk menuju suatu tempat yang diinginkan.

Kereta api menjadi salah satu moda transportasi darat yang banyak digunakan oleh masyarakat, terlebih dalam menempuh perjalanan yang cukup jauh, baik antar kota maupun provinsi. Hal ini dibuktikan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2022 jumlah penumpang kereta api di Indonesia cenderung mengalami kenaikan setiap bulannya. Berikut merupakan data jumlah penumpang kereta api tahun 2022 :

Tabel 1. Data jumlah penumpang Kereta Api di Indonesia tahun 2022

Bulan	Jumlah penumpang
Januari	17.737
Februari	13.067
Maret	19.438
April	19.713
Mei	23.594
Juni	23.612
Juli	25741

Sumber : Data sekunder, BPS 2022

KRL *Commuter line* Solo-Yogyakarta merupakan layanan kereta komuter di Indonesia yang menghubungkan antara kota Solo dan Yogyakarta, yang sudah beroperasi sejak 10 Februari 2021. Hadirnya KRL Solo-Yogya mampu membantu mobilisasi masyarakat yang bekerja di Solo-Yogyakarta dengan tarif yang cukup murah yaitu hanya Rp 8.000,00 (flat untuk semua rute). KRL Solo-Yogyakarta menjadi moda transportasi darat yang banyak diminati

oleh masyarakat, dibuktikan dengan jumlah penumpang yang semakin melonjak, seperti yang diungkapkan oleh VP Corporate Secretary KAI Commuter Anne Purba yang menyatakan bahwa saat awal beroperasi pada 2021 lalu, volume penumpang KRL Jogja-Solo hanya mencapai 2.000 per hari. Namun, sejalan dengan pengendalian pandemi, volume penumpang bisa melonjak hingga 27.000 orang per hari terutama saat libur Lebaran 2022.

Banyaknya penumpang KRL Solo-Yogya ini dapat diartikan bahwasanya masyarakat memiliki rasa kepuasan ketika menggunakan transportasi KRL Solo- Yogya. Rasa puas yang dialami oleh pelanggan KRL Solo-Yogya dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti kemudahan transaksi saat pembelian tiket, harga, fasilitas dan ketepatan waktu. Penelitian yang dilakukan oleh (Damasta dan Widayanto, 2018) menyatakan hasil bahwasanya kemudahan transaksi memberikan pengaruh secara positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan, didukung kembali oleh penelitian dari (Ishaya, Edi dan Yoeliastuti, 2020) memberikan hasil kemudahan transaksi signifikan atas kepuasan pelanggan. Penelitian dari (Pantilu, Rosalina dan Ferdy, 2018) mengenai pengaruh harga dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan memberikan hasil penelitian bahwasanya harga dan fasilitas mampu memberikan pengaruh secara positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. (Dewantoro, Lina dan Faisal, 2020) mengemukakan dalam penelitiannya bahwa ketepatan waktu memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

LANDASAN TEORI

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan menurut Evianidan dan Yusup (2021) yakni suatu perasaan senang atau kecewa dari seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja produk yang actual dengan kinerja

yang diharapkan. Menurut (Bintarti, 2019) terdapat empat metode dalam mengukur suatu kepuasan dari pelanggan, antara lain 1) sistem keluhan dan saran, 2) *ghost shopping*, 3) *lost costumer analysis*, dan 4) survei kepuasan pelanggan. Sunarmintyastuti, dkk (2021) menyatakan terdapat lima indikator untuk mengukur kepuasan dari pelanggan, yaitu 1) *reliable* (ketepatan sesuai yang dijanjikan), 2) *responsiveness* (bertanggung jawab terhadap pelayanan), 3) *competence* (keterampilan dan pengetahuan pelayanan), 4) *courtesy* (sikap atau perilaku ramah) dan 5) *communication* (kemauan untuk mendengarkan aspirasi).

Kemudahan Transaksi

Sanusi, Rita dan Tomy (2022) menyatakan kemudahan penggunaan atau transaksi merupakan suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa suatu teknologi mudah dipahami dan digunakan. Kemudahan penggunaan atau transaksi adalah sejauh mana seseorang melakukan interaksi dan intensi pada penggunaan konsumen terhadap sistem *e-commerce* dan mendapatkan informasi produk barang atau jasa yang diinginkan (Khairani, 2022). Terdapat lima indikator dalam mengukur kemudahan transaksi menurut (Sari dan Teddy, 2020) antara lain: 1) Kemudahan pelanggan dalam pencarian produk, 2) Kemudahan pelanggan dalam pemesanan, 3) Kemudahan pelanggan dalam pembayaran, 4) Efisiensi waktu.

Harga

Harga merupakan salah satu elemen yang paling penting dalam menentukan pangsa pasar dan keuntungan suatu perusahaan (Rianto, dkk, 2022). Menurut Rani, Basrah dan Nadya (2021) Harga merupakan nilai dari suatu produk atau jasa berbentuk nominal atau aspek lain yang harus dikorbankan oleh konsumen untuk mendapatkan suatu produk atau jasa yang diinginkan, dan harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang mendatangkan pendapatan bagi perusahaan. Mengacu pada penelitian dari (Alvianna, dkk, 2021) terdapat

empat indikator dalam mengukur harga, antara lain 1) keterjangkauan harga, 2) kesesuaian harga dengan kualitas produk, 3) daya saing harga dan 4) kesesuaian harga dengan manfaat.

Fasilitas

Fadillah dan Intisari (2021) Fasilitas merupakan sarana dan prasarana yang disediakan oleh perusahaan di lingkungan, ini dimaksudkan agar memberikan pelayanan semaksimal mungkin agar pelanggan atau konsumen merasa nyaman dan puas. Menurut (Nur dan Dadan, 2021) Fasilitas menjadi aspek utama yang harus disediakan terlebih dahulu, sebelum kemudian suatu jasa tersebut dapat ditawarkan pada konsumen. Selain itu, Fasilitas juga dapat berupa berbagai aspek yang dapat memberikan kemudahan bagi konsumen dalam memperoleh kepuasan. Terdapat lima indikator dalam mengukur fasilitas menurut (Tjiptono, 2016), yaitu 1) perencanaan spasial, 2) perencanaan ruang, 3) perlengkapan, 4) tata cahaya dan warna, dan 5) intruksi yang disampaikan secara grafis.

Ketepatan Waktu

Ketepatan waktu menjadi salah satu faktor yang cukup penting dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam menggunakan moda transportasi kereta api. Handoko (2010) mengemukakan ketepatan waktu ialah jangka waktu pelanggan memesan suatu produk sehingga produk tersebut tiba dipelanggan secara tepat waktu dengan aman dan sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. Kemampuan operator dalam memberikan pelayanan transportasi tepat waktu (sampai dengan stasiun akhir) sesuai dengan jadwal yang ditetapkan, merupakan indikator dari ketepatan waktu (Khairunnisa, Bambang dan Sarsono, 2021). Menurut Oktaviasari dan Rachma (2019) terdapat lima indikator untuk mengukur ketepatan waktu, antara lain : 1) Ketepatan waktu kedatangan kereta api sesuai jadwal, 2) Ketepatan waktu keberangkatan kereta api sesuai jadwal, 3) Tanggung jawab PT KAI terhadap

ketepatan waktu, 4) Efektifitas waktu yang telah di tentukan PT KAI, 5) Ketepatan waktu dibanding moda transportasi lain dengan tujuan yang sama.

Hipotesis

H₁:Kemudahan Transaksi berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan

H₂ : Harga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan

H₃ : Fasilitas berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan

H₄ :Ketepatan Waktu berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan

H₅ : Kemudahan Transaksi, Harga, Fasilitas dan Ketepatan Waktu secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan

METODE PENELITIAN

Obyek Penelitian

Penelitian ini obyeknya adalah seluruh pelanggan KRL Solo-Yogya.

Metode Pengumpulan data

Metode penelitian yang digunakan yakni metode kuantitatif, dengan menggunakan sumber data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini dengan menyebarkan kuesioner berisi daftar pertanyaan dan pernyataan yang berkaitan dengan variabel penelitian ini secara online melalui *google form*, pengukuran yang digunakan adalah skala likert.

Populasi dan Sampel

Populasi pada riset ini yaitu pelanggan KRL Solo-Yogya, yang tidak diketahui jumlahnya. Mengacu pada (Hair et al., 2014) pengukuran sampel yang akan digunakan pada riset ini harus 100 atau lebih besar, dengan aturan jumlah sampel minimal setidaknya lima kali lebih banyak dari jumlah item pertanyaan. Penelitian ini menggunakan total 23 indikator pada variabel penelitian yang digunakan, maka ukuran sampel yang digunakan sejumlah $23 \times 5 = 115$ responden, sehingga

jumlah sampel pada riset ini yakni 115 responden/ sampel.

Analisis Data

Penelitian menggunakan analisis data yakni Analisis Regresi Linier Berganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Responden Penelitian

Penjelasan secara rinci mengenai responden pada penelitian ini. Adapun responden penelitian sebanyak 115 orang, dengan kriteria antara lain: 1) Jenis Kelamin, 2) Usia, 3) Pekerjaan, dan 4) Penghasilan. Dibawah merupakan table deskripsi responden dengan hasil sebagai berikut :

Tabel 2. Deskripsi Responden

Demografi	Kategori	Jumlah	Persentase (%)	r _{hitung}	r _{tabel}	Data Valid
Jenis Kelamin	Laki-laki	50 orang	43,48	0,75	0,15	Data Valid
	Perempuan	65 orang	56,52	0,81	0,15	Data Valid
Usia	< 20 tahun	9 orang	7,83	2	41	Data Valid
	20-30 tahun	74 orang	64,34	0,76	0,15	Data Valid
	>30 tahun	32 orang	27,83	6	41	Data Valid
Pekerjaan	ASN	-	H ₁	0,80	0,15	Data Valid
	Polri/TNI	-	-	5	41	Data Valid
	Karyawan	37 orang	32,17	0,77	0,15	Data Valid
	Wiraswasta	11 orang	9,57	2	41	Data Valid
	Pelajar/Mahasiswa	59 orang	51,30	0,87	0,15	Data Valid
	Lainnya	8 orang	6,96	5	41	Data Valid
Penghasilan perbulan	< Rp 1.500.00,00	27 orang	23,48	0,64	0,15	Data Valid
	Rp 1.500.000,00 – Rp 3.500.000,00	52 orang	45,22	5	41	Data Valid
		36 orang	31,30	0,81	0,15	Data Valid
	>Rp 3.500.000,00			4	41	Data Valid

Sumber: Data primer diolah, 2022

Berdasarkan pada tabel 1, dapat dilihat bahwasanya responden pada riset ini berdominan berjenis kelamin perempuan sebanyak 56,52%. Usia responden terbesar dalam penelitian ini sebesar 64,34% yaitu pada rentang usia 20-30 tahun. Jenis pekerjaan responden berdominan seorang pelajar/mahasiswa sebesar 51,30% dan memiliki penghasilan paling banyak pada rentang Rp 1.500.000,00 – Rp 3.500.000,00 sebesar 45,22%.

Uji Instrumen Data

1. Uji Validitas

Uji yang digunakan dalam mengukur suatu ketepatan atau tidak dari item pertanyaan pada penelitian. Kriteria uji validitas yakni nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$

Tabel 3. Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
Kemudahan Transaksi (X ₁)	KM ₁	0,830	0,1541	Data Valid
	KM ₂	0,861	0,1541	Data Valid
	KM ₃	0,814	0,1541	Data Valid
	KM ₄	0,80	0,1541	Data Valid
Harga (X ₂)	H ₁	0,75	0,15	Data Valid
	H ₂	0,81	0,15	Data Valid
	H ₃	0,76	0,15	Data Valid
	H ₄	0,6	0,15	Data Valid
	H ₅	0,74	0,15	Data Valid
Ketepatan Waktu (X ₄)	KW ₁	0,86	0,15	Data Valid
	KW ₂	0,88	0,15	Data Valid
	KW ₃	0,65	0,15	Data Valid
	KW ₄	0,74	0,15	Data Valid
		5	41	Data Valid

	KW ₅	0,82 8	0,15 41	Data Valid
Kepuasan	KP ₁	0,74 5	0,15 41	Data Valid
Pelanggan (Y)	KP ₂	0,81 6	0,15 41	Data Valid
	KP ₃	0,87 4	0,15 41	Data Valid
	KP ₄	0,83 5	0,15 41	Data Valid
	KP ₅	0,79 7	0,15 41	Data Valid

Sumber : Data primer diolah, 2022

Berdasarkan pada tabel 1. Diketahui bahwasanya nilai r hitung pada masing-masing indikator variabel lebih besar daripada r tabel, sehingga data yang digunakan pada riset ini dikatakan valid.

2. Uji reliabilitas

Uji yang digunakan sebagai alat dalam mengukur konsistensi kuesioner yang telah disebar pada penelitian yang merupakan indikator dari variabel (Ghozali, 2013). Kriteria dalam uji reliabilitas adalah nilai pada Cronbach Alpha > Nilai Kritis.

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Kritis	Keterangan
Kemudahan Transaksi (X ₁)	0,839	0,60	Data Reliabel
Harga (X ₂)	0,793	0,60	Data Reliabel
Fasilitas (X ₃)	0,828	0,60	Data Reliabel
Ketepatan Waktu (X ₄)	0,848	0,60	Data Reliabel
Kepuasan (Y)	0,867	0,60	Data Reliabel

Pelanggan (Y)

Sumber : Data primer diolah, 2022

Berdasarkan pada tabel 2. Diketahui bahwasanya nilai Cronbach's Alpha pada masing-masing indikator variabel lebih besar daripada nilai kritis, sehingga data yang digunakan pada riset ini dikatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Tujuan uji normalitas adalah untuk menguji apakah data yang digunakan dalam penelitian ini terdistribusi normal atau tidak. Kriteria penelitian pada uji normalitas yakni nilai Sig. > 0,05.

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas

Asymp. Sig (2-tailed)	Sig	Keterangan
0,388	0,05	Berdistribusi dengan normal

Sumber : Data primer diolah, 2022

Uji Normalitas dengan metode *Kolmogorov-Smirnov Test* yang digunakan pada penelitian ini menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,388 > 0,05$, sehingga penelitian ini berdistribusi dengan normal.

2. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan ada atau tidaknya korelasi antara variabel bebas. Kriteria data yang terbebas dari multikolinearitas adalah Nilai Tolerance > 0,01 dan VIF < 10.

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Collinearity Statistic	
	Tolerance	VIF
Kemudahan Transaksi (X ₁)	0,533	1,877
Harga (X ₂)	0,534	1,874

Fasilitas (X ₃)	0,471	2,121
Ketepatan Waktu (X ₄)	0,437	2,286

Sumber : Data primer diolah, 2022
 Pada uji multikolinearitas menunjukkan nilai diketahui semua model pada persamaan menunjukkan nilai VIF < 10 dan nilai Tolerance, sehingga tidak terjadi multikolinearitas pada riset ini.

3. Uji Heterokedastisitas

Uji Heteroskedastisitas untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, terjadi ketidaksamaan *variance* atau residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Kriteria penelitian data tidak terdapat gejala heterokedastisitas yakni pada nilai Sig. > 0,05.

Tabel 6. Hasil Uji Heterokedastisitas

Variabel	Sig
----------	-----

Kemudahan Transaksi (X ₁)	0,457
Harga (X ₂)	0,419
Fasilitas (X ₃)	0,259
Ketepatan Waktu (X ₄)	0,555

Sumber : Data primer diolah, 2022

Uji heterokedastisitas tidak terdapat gejala, karena nilai Sig. > 0,05.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 7. Hasil Regresi Linier Berganda

Variabel	B	T	Sig.
Constant	3,289	1,990	0,049
Kemudahan Transaksi (X ₁)	0,178	1,739	0,085
Harga (X ₂)	0,074	0,660	0,510
Fasilitas (X ₃)	0,242	2,651	0,009
Ketepatan Waktu (X ₄)	0,406	4,207	0,000

Sumber : Data primer diolah, 2022

$$Y = 3,289 + 0,178X_1 + 0,074X_2 + 0,242X_3 + 0,406X_4$$

- 1) Nilai konstanta bernilai 3,289 yang memiliki arti bahwasanya jika pada variabel kemudahan transaksi, harga, fasilitas dan ketepatan waktu secara bersama-sama bernilai 0, maka kepuasan pelanggan bernilai positif 3,289.
- 2) Nilai Koefisien regresi kemudahan transaksi sebesar 0,178 bertanda positif memiliki arti bahwa jika kemudahan transaksi semakin baik dan meningkat maka, kepuasan pelanggan akan meningkat pula.
- 3) Nilai koefisien regresi pada variabel harga sebesar 0,074 bernilai positif mempunyai arti bahwa jika harga yang diberikan semakin baik maka kepuasan pelanggan akan meningkat.
- 4) Nilai koefisien regresi variabel Fasilitas sebesar 0,242 bertanda positif memiliki arti bahwa jika Fasilitas yang diberikan oleh KRL Solo-Yogya kepada pelanggan semakin baik maka kepuasan pelanggan akan meningkat pula.
- 5) Nilai koefisien regresi ketepatan waktu sebesar 0,406 bertanda positif memiliki arti bahwa jika ketepatan waktu KRL Solo-Yogya semakin baik maka kepuasan pelanggan akan meningkat pula.

Uji Hipotesis

Tabel 8. Hasil Uji Hipotesis

Fhitung	34,186	0,000
Adjusted R Square	0,538	

Sumber : Data primer diolah, 2022

Uji signifikan parsial (uji t)

Mengacu pada tabel 7. dalam tabel Sig. (Signifikansi), nilai signifikansi secara parsial dari tiap variabel independen terhadap variabel dependen, sebagai berikut:

1. Variabel kemudahan transaksi nilai Sig. 0,085 > 0,05, maka kemudahan transaksi memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan
2. Variabel harga nilai Sig. 0,510 > 0,05, maka harga memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan
3. Variabel fasilitas nilai Sig. 0,009 < 0,05, maka fasilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan
4. Variabel ketepatan waktu nilai Sig. 0,000 < 0,05, maka ketepatan waktu memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan

Uji simultan (uji F)

Nilai Sig. 0,000 < 0,05, maka secara bersama-sama kemudahan transaksi, harga, fasilitas dan ketepatan waktu berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Koefisien determinasi

Nilai adjusted R Square pada penelitian ini yakni 0,538, maka variasi yang terjadi pada kepuasan pelanggan KRL Solo-Yogya yang telah dijelaskan oleh kemudahan transaksi, harga, fasilitas dan ketepatan waktu pengaruhnya sebesar 53,8% sedangkan sisanya 46,2% yang mungkin dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam riset ini.

PEMBAHASAN

Kemudahan transaksi terhadap kepuasan pelanggan

Berdasar pada hasil uji hipotesis dengan menggunakan uji t diketahui bahwa kemudahan transaksi berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan KRL Solo-Yogya. Hasil kuesioner yang telah disebar menyatakan bahwa pencarian loket digital pemesanan tiket KRL Solo-Yogya kurang mudah untuk ditemukan atau kurang strategis, sehingga hal ini menimbulkan kurang puasannya pelanggan KRL Solo-Yogya. Selaras dengan penelitian dari Suryani dan Firkhan (2022) yang menyatakan bahwa

kemudahan transaksi berpengaruh dengan tidak signifikan atas kepuasan pelanggan, namun berbeda dengan hasil penelitian dari (Safrika, Rahman dan Sofyan, 2018).

Harga terhadap kepuasan pelanggan

Berdasar pada hasil uji hipotesis dengan menggunakan uji t diketahui bahwa harga berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan KRL Solo-Yogya. Hasil kuesioner yang telah disebar menyatakan bahwa harga KRL Solo-Yogya kurang sesuai dengan manfaat yang diterima karena kapasitas penumpang melebihi kapasitas tempat duduk yang disediakan, sehingga hal ini menimbulkan kurang puasannya pelanggan KRL Solo-Yogya. Hasil pada penelitian ini sesuai dengan penelitian dari Berliana, Suharyati dan Tati (2020) namun terdapat perbedaan hasil dengan penelitian dari (Pantilu, Rosalina dan Ferdy, 2018).

Fasilitas terhadap kepuasan pelanggan

Berdasar pada hasil uji hipotesis dengan menggunakan uji t diketahui bahwa fasilitas berpengaruh dengan signifikan terhadap kepuasan pelanggan KRL Solo-Yogya. Fasilitas menjadi salah satu hal yang cukup diperhatikan oleh pelanggan dalam mengukur kepuasannya, KRL Solo-Yogya sudah memberikan fasilitas yang baik untuk meningkatkan kepuasan pelanggannya. Pantilu, Rosalina dan Ferdy (2018) juga menyatakan dalam penelitiannya bahwasanya fasilitas memiliki pengaruh signifikan atas kepuasan konsumen, didukung kembali dengan penelitian dari Setiawan, Irma dan Varid (2020).

Ketepatan waktu terhadap kepuasan pelanggan

Berdasar pada hasil uji hipotesis dengan menggunakan uji t diketahui bahwa ketepatan waktu berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan KRL Solo-Yogya. Ketepatan waktu dari KRL Solo-Yogya mampu memberikan efektifitas bagi setiap pelanggannya, sehingga mampu meningkatkan kepuasan dari pelanggan. Hasil

pada penelitian ini telah mendukung dari [2] penelitian terdahulu Khairunnisa, Bambang dan Sarsono (2021).

PENUTUP

Kesimpulan

1. Kemudahan transaksi positif tidak signifikan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan KRL Solo-Yogya
2. Harga positif tidak signifikan [4] berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan KRL Solo-Yogya
3. Fasilitas positif signifikan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan KRL Solo-Yogya
4. Ketepatan Waktu positif signifikan berpengaruh terhadap kepuasan [5] pelanggan KRL Solo-Yogya

Saran

1. KRL Solo-Yogya sebaiknya melakukan evaluasi dan lebih memperhatikan dalam hal kemudahan transaksi dan akses pelanggannya dalam menggunakan jasa KRL Solo-Yogya [6]
2. KRL Solo-Yogya sebaiknya lebih memperhatikan dalam hal harga yang ditawarkan kepada pelanggannya, apakah sudah sesuai dengan manfaat yang telah diberikan
3. Bagi peneliti selanjutnya, dapat [7] melakukan penelitian dengan variabel yang sama namun dengan jumlah sampel yang lebih besar, atau mengganti variabel lain yang belum diteliti, yang dimungkinkan dapat memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Agustina, Eva. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan pelanggan pada percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar. Maker: *Jurnal Manajemen*, Vol. 5, No. 1, Hal. 38-49.

Alvianna, Stella. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Panderman *Coffee Shop* di Masa Pandemi Covid-19. *Journal of Management and Business Review: Vol. 18, No.2, Hal: 281-293.*

Anggraini, Fifi dan Anindhyta Budiarti. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas. *JUPE*, Vol. 08, No. 03, Hal. 86 – 94.

Aswad, S., Realize, R., & Wangdra, R. (2018). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Air Bersih Masyarakat Kampung Air Batam Center. *Jim Upb (Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam)*, 6(2), 77–85.

Berliana, Putri Nafra; Suharyati dan Tati Handayani. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada JNE cabang Corolet, daerah Tangerang Selatan). *Business Management, Economic and Accounting National Seminar*, Vol.1, Hal. 440-456.

Dadang Suhairi. (2019). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Pt. Honda Autobest Bandung. *Journal Of Chemical Information And Modeling*, 53(9), 1689–1699.

Djadjuli, Mohamad dan Hila Juanda. (2018) Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Distributor terhadap Kepuasan Konsumen Pengencer pada Perusahaan Consumer Goods (Studi pada PT Tigaraksasatria Tbk. Kota Cirebon). *Value: Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, Vol. 13, No.2.

Fadillah Fitri dan Intisari Haryanti. (2021). Analisis Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Pelabuhan Indonesia (Pelindo) III Cabang Bima. *Jurnal At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah* Vol. 3 No. 2, Hal.125-139.

- [9] Ghozali, Imam. (2001). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- [10] Hartadi, Nikie dan Nur Elfi Husda. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Tanjung Uncang di Kota Batam. *Jurnal EMBA*, Vol.8, No.3, Hal 34-43.
- [11] Khairunnisa, Lailan; Bambang Mursito dan Sarsono. (2021). Kepuasan pelanggan ditinjau dari kenyamanan, keamanan dan ketepatan waktu. *FORUM EKONOMI*: Vol. 23, No. 2, Hal. 194-198.
- [12] Oktavia Lidya, Harimurti Wulandjani dan Dian Riskarin. (2022). Analisis Pengaruh Faktor-faktor Kualitas Pelayanan dan Teknologi Informasi terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi pada KRL *COMMUTER LINE* Jabodetabek (Studi Kasus pada Mahasiswi Reguler Khusus FEB Universitas Pancasila). *JIMP*: Vol.2, No.1, Hal: 12 – 19.
- [13] Pantilu, Dealisna; Rosalina A.M. Koleangan dan Ferdy Roring. (2018). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA WARUNG BENDITO KAWASAN MEGAMAS MANADO. *Jurnal EMBA*: Vol.6 No.4, Hal. 3723 – 3732.
- [14] Rianti, Muhammad Richo, Novita Wahyu Setyawati, Heni Rohaeni dan Dewi Sri Woelandari. (2022). Pengaruh Harga, Promosi dan Inovasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Provider Telkomsel Pada Generasi Milenial Muslim di Kota Bekasi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*: Vol.8, No.02, Hal.2159-2166.
- [15] Setiawan, Irma Nur Susanti dan Varid Martah. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Lokasi, dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen Avan Supermarket Trosobo Sidoarjo. *Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMAHA*: Vol.3, No.1, Hal. 199-211.
- [16] Safrika; Rahman Lubis dan Sofyan Idris. (2018). Pengaruh Kualitas Informasi dan Kemudahan Transaksi terhadap Kepuasan Konsumen serta dampaknya pada Loyalitas Konsumen dalam berbelanja Fashion di Banda Aceh. *Jurnal Sains Riset*: Vol. 8, No.2, Hal. 20-27.
- [17] Suryani, Ratna dan Firkhan Nur Ramdhani. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Brand Image Toko terhadap Niat Beli Ulang di Online Marketplace dengan Kepuasan Pelanggan sebagai variabel intervening. *Jurnal Media Komunikasi dan Bisnis*: Vol. 13, No.1, hal. 62-69.
- [18] Syahlina, Maya dan Nasib. (2019). Pengukuran Kepuasan Pengguna Kereta Api Indonesia (Persero) Medan melalui Fasilitas dan Pelayanan. *Jurnal Ilmiah Abdi Ilmu*, Vol. 12 No. 2, Hal. 51-57.

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN