



Diversity UIKA Bogor
E-ISSN: 2776-9798

Diversity

JURNAL ILMIAH PASCASARJANA

<http://ejournal.uika-bogor.ac.id/index.php/diversity>

Pengaruh Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Membeli Pada Kelas Layanan Kereta Api Melalui Aplikasi KAI Access

Renea Shinta Aminda^a, Maria Bernadette Nani^b, Sherafima Trisniani^c, Danendra Nadhif Amintara^d, Jesica Putri Bulan Suci^e, Syaefurrahman An Nidzom^{f}, Bintang Khaidir Arsyad^g*

^aUniversitas Ibn Khaldun Bogor, Indonesia

^{b, c, d, e, f, g} Program Studi Sarjana Ekonomi Pembangunan Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, Indonesia

* Corresponding author e-mail: 2110115110@mahasiswa.upnvj.ac.id

DOI : 10.32832/djip-uika.v4i1.15583

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi preferensi konsumen terhadap keputusan pembelian kelas layanan kereta api melalui aplikasi KAI Access, dengan berfokus pada perusahaan monopoli PT Kereta Api Indonesia (KAI) dan inovasi teknologi. Dengan menggunakan kerangka konseptual yang mencakup harga, fasilitas, dan layanan, penelitian ini menggali interaksi antara teknologi, monopoli perusahaan, dan keputusan pembelian konsumen. Melalui studi literatur dan survei dilakukan terhadap pengguna KAI Access dengan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Analisis menggunakan SPSS mengungkapkan bahwa harga, fasilitas, dan layanan signifikan dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Inovasi teknologi, seperti aplikasi *mobile* KAI Access, terbukti memberikan kemudahan dan kenyamanan dalam memilih kelas layanan, menyoroti bahwa adaptasi teknologi meningkatkan efisiensi dan kepuasan konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga dan layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian melalui aplikasi KAI Access, sementara variabel fasilitas tidak memberikan pengaruh yang berarti. Kesimpulannya, harga dan kualitas layanan menjadi faktor kunci yang memengaruhi keputusan konsumen dalam penggunaan aplikasi tersebut. Rekomendasi strategis dapat difokuskan pada peningkatan nilai dan kualitas layanan serta penyesuaian harga untuk meningkatkan daya tarik dan kepuasan konsumen dalam memanfaatkan aplikasi KAI Access.

Kata kunci: Perusahaan Monopoli, KAI Access, Preferensi Konsumen.

The Influence of Consumer Preferences on Purchasing Decisions on Train Service Classes Through KAI Access

ABSTRACT

This study aims to analyze the factors influencing consumer preferences in purchasing class services for train transportation through KAI Access, focusing on the monopoly company PT Kereta Api Indonesia (KAI) and technological innovation. Utilising a conceptual framework that encompasses price, facilities, and services, this research explores the interaction between technology, company monopoly, and consumer purchasing decisions. A literature review and a survey were conducted on KAI Access users using questionnaires as a data collection tool. SPSS analysis revealed that price, facilities, and services significantly affect purchasing decisions. Technological innovation, such as the KAI Access, has proven to provide convenience and comfort in selecting service classes, highlighting that technological adaptation enhances efficiency and consumer satisfaction. The research results indicate that the price and service variables have a significant impact on purchasing decisions through KAI Access, while the facilities variable does not have a significant influence. In conclusion, price and service quality are key factors influencing consumer decisions in using the application. Strategic recommendations could focus on enhancing the value and quality of services, along with adjusting prices to improve the attractiveness and satisfaction of consumers in utilizing the KAI Access.

Keyword: Monopoly Company, KAI Access, Consumer Preferences.

PENDAHULUAN

Perusahaan monopoli merupakan entitas bisnis yang mendominasi pasar dengan menjadi satu-satunya penyedia atau pemain utama dalam suatu industri atau sektor tertentu. Monopoli bisnis adalah tindakan yang diambil oleh suatu perusahaan yang bertujuan untuk mengendalikan suatu pasar perdagangan suatu produk yang kondisinya tanpa memiliki pesaing dengan produk perdagangan yang serupa di pasar. Keberadaan perusahaan monopoli umumnya diatur oleh pemerintah atau lembaga pengawas untuk mencegah penyalahgunaan kekuasaan pasar, dan menjaga stabilitas ekonomi dalam negeri (Juanda & Ali, 2022). Di Indonesia, PT Kereta Api Indonesia (KAI) sebagai satu dari beberapa perusahaan di pasar monopoli yang berperan sebagai penyedia layanan transportasi kereta api di seluruh wilayah negara. PT Kereta Api Indonesia (KAI) adalah perusahaan yang berada di bawah pengawasan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) memiliki pengendalian yang penuh dan berfungsi sebagai satu-satunya penyelenggara layanan kereta api di Indonesia (Kospandani & Wahyudi, 2021). PT KAI sebagai perusahaan yang monopoli, memiliki tanggung jawab besar dalam memastikan kelancaran dan keterjangkauan transportasi kereta api bagi masyarakat Indonesia. Dalam menjalankan perannya, PT KAI dihadapkan pada berbagai tantangan, salah satunya adalah menjaga kualitas layanan dan relevansi dalam menghadapi perkembangan zaman. Peningkatan teknologi menjadi salah satu solusi yang diadopsi oleh PT KAI untuk memodernisasi layanan kereta api dan meningkatkan dorongan keputusan pelanggan.

Seiring dengan kemajuan teknologi dan perubahan kebutuhan konsumen, terdapat sebuah kesenjangan pengetahuan mengenai perbedaan signifikan antara kelas kereta api pada masa lalu dan masa kini. Sejarah mencatat transformasi besar-besaran dalam desain dan fasilitas kelas kereta api, namun, belum ada penelitian yang secara komprehensif menganalisis bagaimana evolusi ini memengaruhi persepsi dan preferensi konsumen.

Pada masa lampau, kelas kereta api mungkin lebih terfokus pada aspek-aspek tradisional seperti kenyamanan fisik, sementara pada era sekarang, dengan masuknya teknologi dan tuntutan gaya hidup modern, kita melihat pergeseran besar dalam preferensi konsumen terhadap aspek-aspek seperti konektivitas internet, ketersediaan daya, atau fasilitas terbaru, seperti penelitian yang dikemukakan oleh Nurayni dan Widiartanto (2019) bahwa awal kemunculan KAI Access yang banyak melakukan perubahan maupun perbaikan bukan semakin meningkatkan kepuasan konsumen. Adanya pembaharuan aplikasi *mobile* KAI Access malah mendapatkan komentar negatif yang menyatakan ketidakpuasan konsumen. Dengan mengidentifikasi kesenjangan ini, penelitian ini mengungkap perubahan signifikan dalam preferensi konsumen terhadap kelas kereta api, memahami faktor-faktor

yang kini lebih dominan dalam mempengaruhi keputusan mereka, dan memberikan pandangan berharga bagi perusahaan kereta api untuk terus meningkatkan layanan mereka agar dapat lebih memenuhi ekspektasi konsumen masa kini.

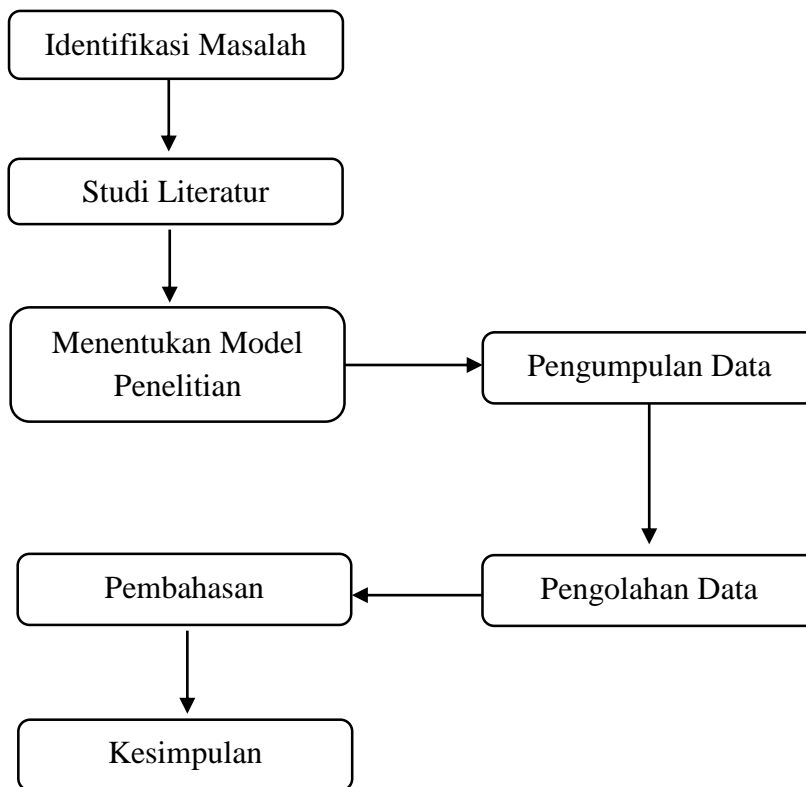
Contoh konkret dari upaya modernisasi ini adalah peluncuran aplikasi mobile KAI Access. Aplikasi ini memungkinkan pengguna untuk melakukan pembelian tiket, memeriksa jadwal perjalanan, dan memperoleh informasi terkini mengenai layanan kereta api dengan lebih mudah dan efisien. Melalui KAI Access, PT KAI menunjukkan langkah proaktif dalam merespons tuntutan konsumen yang semakin canggih dan menjaga keunggulan sebagai perusahaan monopoli dalam sektor transportasi kereta api.

Melalui aplikasi KAI Access, pengguna dapat melakukan berbagai tugas, seperti pembelian tiket, pembatalan tiket, mengubah jadwal perjalanan, melihat jadwal perjalanan, dan mendapatkan informasi terbaru tentang perubahan dalam layanan kereta api, dengan kemudahan akses dan fasilitas yang disediakan oleh KAI Access, konsumen memiliki lebih banyak opsi untuk memilih kelas layanan sesuai dengan preferensi pribadi mereka. Sebagai contoh, pengguna aplikasi mungkin lebih cenderung memilih kelas tertentu karena dapat dengan mudah melihat ketersediaan tempat duduk, melihat fasilitas yang disediakan, dan bahkan melakukan pembelian tiket tanpa harus berkunjung langsung ke stasiun.

Penggunaan aplikasi mobile KAI Access telah menjadi sarana utama bagi konsumen dalam melakukan transaksi perjalanan kereta api. Penelitian ini bermaksud untuk menggali dan menganalisis faktor-faktor yang diduga memiliki kontribusi pengaruh yang besar bahkan signifikan terhadap keputusan konsumen dalam memilih kelas layanan kereta api melalui KAI Access. Pertama, diasumsikan bahwa faktor harga memegang peranan penting dalam membentuk preferensi konsumen terhadap kelas layanan. Selanjutnya, faktor fasilitas juga dianggap memiliki dampak yang berarti terhadap keputusan pembelian konsumen dalam konteks penggunaan aplikasi ini. Terakhir, kualitas pelayanan dianggap sebagai variabel yang signifikan dalam menciptakan varietas preferensi dan berpengaruh besar pada keputusan pembelian konsumen. Dengan demikian, penelitian ini berpencaharian berupa penyelidikan lebih dalam mengenai sejauh mana harga, fasilitas, dan pelayanan berkontribusi pada dinamika tindakan pengambilan keputusan pada konteks membeli kelas layanan transportasi kereta api melalui platform aplikasi KAI Access.

METODE PENELITIAN

Tahapan Penelitian



Gambar 1. Tahapan Penelitian

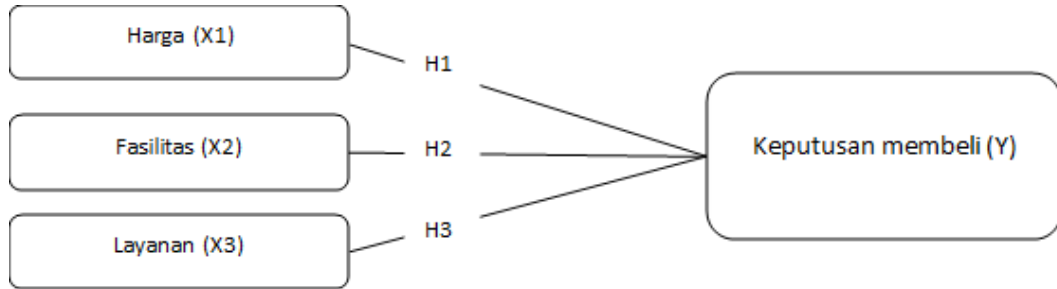
Populasi Penelitian merupakan bagian yang mencakup keseluruhan subjek penelitian, yang mendukung keberadaan, ketelitian dalam menggunakan populasi dan sangat menentukan penelitian yang ingin dilakukan oleh peneliti. (Arikunto, 2017) memberikan definisi dimana Populasi adalah keseluruhan objek penelitian.

Sampel Penelitian merupakan ukuran oleh cakupan nilai dan ciri yang dimiliki populasi (Arikunto, 2017). Teknik sampling yang digunakan merupakan Teknik Sampling Area. Sampel dalam penelitian ini yakni 100 responden yang berlokasi di Jabodetabek.

Variabel penelitian merupakan alat atau seperangkat sifat dan nilai objek yang dipilih oleh penulis dan peneliti untuk diinvestigasi dan diambil kesimpulannya. diatur untuk dipelajari dan disimpulkan oleh peneliti. Kami menggunakan dua jenis variabel, yaitu variabel independen atau variabel yang memiliki sifat bebas dan dapat tergantikan dan variabel dependen yang memiliki sifat terikat dan tidak dapat digantikan. Variabel dependen atau diketahui sebagai variabel Y, diprediksi memiliki variasi yang mengikuti perubahan variabel dependen, sedangkan variabel

independen atau variabel X, dipandang sebagai penyebab munculnya variabel dependen. variabel (dampak) yang diantisipasi, memiliki variasi yang mengikuti perubahan variabel bebas.

Hipotesis Penelitian secara umum hipotesis diartikan sebagai dugaan sementara dari masalah pada suatu penelitian. Hipotesis juga digunakan untuk memberikan analisa hubungan antar variabel, dengan contoh desain kausal.



Gambar 2. Hipotesis Penelitian

Penjelasan terkait Hipotesis Penelitian ini, Harga berpengaruh terhadap keputusan membeli pada kelas layanan transportasi kereta api melalui KAI Access, Fasilitas berpengaruh terhadap keputusan membeli pada kelas layanan transportasi kereta api melalui KAI Access, dan terakhir Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan membeli pada kelas layanan transportasi kereta api melalui KAI Access.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil responden dalam penelitian ini merujuk pada gambaran karakteristik individu yang dapat memberikan pendapat atau pandangan mengenai dampak Pengaruh Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Membeli Pada Kelas Layanan Kereta Api Melalui Aplikasi KAI Access. Banyaknya responden yang menjadi bagian dalam penelitian ini jumlahnya adalah sebanyak 100 pelanggan yang secara aktif adalah pengguna layanan Kereta Api Indonesia. Data yang dikumpulkan dari responden tersebut kemudian dianalisis untuk memberikan gambaran komprehensif dan rinci terkait jumlah total untuk setiap pertanyaan, memudahkan penilaian secara kuantitatif. Proses pengolahan data bertujuan untuk menggambarkan profil responden dengan memperhatikan beberapa variabel, yakni jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan jumlah transaksi melalui Aplikasi KAI Access. Analisis ini akan membantu memahami pandangan dan pendapat responden terhadap hasil penelitian.

Uji validitas merupakan salah satu bagian tahapan dalam penelitian dengan melakukan pengukuran terhadap instrumen yang ada dan dijalankan. Selain itu, pengujian validitas yang dilakukan kali ini juga fungsinya untuk meninjau secara faktual indikator apa saja yang harus diukur (Janna & Herianto, 2021). Tahapan

Pengujian validitas dapat diperoleh melalui fakta yang di dapat pada hasil uji per variabel dengan nilai signifikansi dimana besarnya di bawah 5% atau 0.05. Setiap variabel dengan hasil nilai signifikansi pada ketentuan tersebut, maka variabel yang disertakan dalam penelitian telag dinyatakan validitasnya dan dapat diolah lebih lanjut. Berikut adalah hasil pengujian validitas dari tiap variabel indikator:

Tabel 1. Uji Validitas

Indikator	r hitung	r tabel	Signifikan	Keterangan
X11	0.6231296726	0,1966	0,00	Valid
X12	0.6264436603	0,1966	0,00	Valid
X13	0.5696749844	0,1966	0,00	Valid
X14	0.4836462543	0,1966	0,00	Valid
X21	0.7187230775	0,1966	0,00	Valid
X22	0.6677078663	0,1966	0,00	Valid
X23	0.6365197903	0,1966	0,00	Valid
X24	0.6709207925	0,1966	0,00	Valid
X31	0.7078936175	0,1966	0,00	Valid
X32	0.6186222058	0,1966	0,00	Valid
X33	0.7293358553	0,1966	0,00	Valid
X34	0.6343022778	0,1966	0,00	Valid
Y1	0.6966767568	0,1966	0,00	Valid
Y2	0.7791355558	0,1966	0,00	Valid
Y3	0.6861116403	0,1966	0,00	Valid
Y4	0.6670684598	0,1966	0,00	Valid

Sumber: Hasil analisis data menggunakan SPSS 26

Hasil perolehan olah data pengujian validitas pada setiap indikator dari variabel menunjukkan keterangan yang valid. Hal ini berarti setiap pertanyaan kuesioner yang diberlakukan menghasilkan data respons yang validitasnya teruji dan dapat melanjutkan penelitian ke tahap-tahap selanjutnya. Setelah mengetahui status validitas dari setiap indikator, langkah selanjutnya adalah peneliti melakukan pengujian olah data reliabilitas.

Uji Reliabilitas yang disertakan pada kontribusi penelitian ini, tujuannya untuk mengetahui ukuran konsistensi dari jawaban 100 responden yang telah diperoleh pada masing-masing pernyataan di tiap variabel independen. Hal ini juga merupakan acuan bagi para pembaca mengenai seberapa jauh indikator pengukur yang digunakan dapat dipercaya untuk dilakukan penelitian serupa di kemudian hari (Amanda et al., 2019). Hasil pengujian olah data reliabilitas tertera demikian:

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Standar Reliabilitas	Keterangan
Harga	0,760	0,6	Reliabel
Fasilitas	0,804	0,6	Reliabel
Layanan	0,853	0,6	Reliabel
Keputusan Membeli	0,848	0,6	Reliabel

Sumber: Hasil analisis data menggunakan SPSS 26

Hasil perolehan olah data melalui pengujian reliabilitas variabel-variabel yang independen menunjukkan adanya konsistensi pada kuesioner yang disebar. Anggapan tersebut diperoleh dari adanya hasil pengujian dengan diketahui nilai *Cronbach's Alpha* yang didapat pada masing-masing variabel independen yang bernilai lebih besar dari standar reliabilitas yaitu 0,60. Artinya masing-masing variabel independen pada penelitian ini adalah reliabel.

Korelasi Pearson merupakan teknik korelasi yang sangat populer sampai sekarang. *Pearson correlation* adalah korelasi langsung yang hanya mencakup pada suatu variabel yang bersifat terikat dan suatu variabel yang bersifat bebas. Ketika variabel lain yang dianggap berpengaruh dikendalikan atau dipertahankan konstan, maka korelasi Pearson menghasilkan koefisien korelasi yang berfungsi sebagai ukuran kekuatan hubungan linier yang terjalin antara dua variabel. (Purba & Purba, 2022).

Tabel 3. Analisis Korelasi Data

Nomor	Model	Keputusan Membeli
1. Harga	<i>Pearson correlation</i>	0,546
	Signifikansi	0,000 ^b
	N	100
2. Fasilitas	<i>Pearson correlation</i>	0,561
	Signifikansi	0,000 ^b
	N	100
3. Layanan	<i>Pearson correlation</i>	0,590
	Signifikansi	0,000 ^b
	N	100

Sumber: Hasil analisis data menggunakan SPSS 26

Berdasarkan hasil analisis data, dapat ditarik kesimpulan bahwa nilai signifikansi <0,05, maka berkorelasi. Menurut hasil korelasi, nilai korelasi pada harga (X1) terhadap keputusan membeli (Y) adalah 0,546. Nilai dengan rentang yang diketahui sebesar antara 0,41 sampai 0,60, dengan tingkat korelasi sedang. Nilai korelasi pada fasilitas (X2) terhadap keputusan membeli (Y) adalah 0,561 dengan posisi nilai ada pada rentang di antara 0,41 hingga 0,60, dengan tingkat korelasi sedang, dan nilai korelasi pada layanan (X3) terhadap keputusan membeli (Y) adalah 0,590. Nilai ini

juga termasuk pada rentang nilai sebesar 0,41 sampai 0,60, dengan tingkat korelasi sedang. Dapat ditarik kesimpulan bahwa dari tiga faktor yaitu harga, fasilitas, dan layanan mempunyai pengaruh korelasi yang sedang terhadap keputusan membeli.

Analisis Regresi Linear Berganda merupakan salah satu kegiatan analisis yang disertakan pada penelitian ini oleh penulis dimana fungsinya untuk meramalkan pengaruh nilai variabel terikat terhadap beberapa variabel bebas yang ada. Kegiatan analisis ini adalah untuk mencari tahu adanya hubungan yang fungsioanl antara tiga variabel bebas yang diantaranya adalah variabel Harga sebagai X1, variabel Fasilitas sebagai X2, dan variabel Layanan seabagai X3 dan satu variabel terikat yaitu variabel Keputusan Membeli sebagai Y1.

Tabel 4. Hasil Pengujian Regresi Linear Berganda

No	Mode	Unstand arized B	Coefficient s Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearit y Statistics Tolerance	Statisti cs VIF
1	1 Constant	0.095	0.374		0.254	0.8		
2	Total (X ₁)	0.369	0.079	0.389	4.644	<.001	0.759	1.317
3	Total (X ₂)	0.028	0.159	0.022	0.175	0.862	0.323	3.093
4	Total (X ₃)	0.512	0.137	0.445	3.736	<.001	0.376	2.657

Sumber: Hasil analisis data menggunakan SPSS 26

Hasil dari pengujian data, menunjukkan nilai konstanta atau nilai dari variabel Keputusan Membeli (Y) sebesar 0.095, jika variabel harga (X₁), fasilitas (X₂), dan layanan (X₃) dianggap sama dengan nol. Jika variabel Harga (X₁) mengalami peningkatan sebesar 1 satuan, sedangkan variabel lain dianggap konstan, maka variabel terikat akan mengalami kenaikan sebesar 0.369. Jika variabel Fasilitas (X₂) mengalami peningkatan sebesar 1 satuan, sedangkan variabel lain dianggap konstan, maka variabel terikat akan mengalami kenaikan sebesar 0.028. Jika variabel Layanan (X₃) mengalami peningkatan sebesar 1 satuan, sedangkan variabel lain dianggap konstan, maka variabel terikat akan mengalami kenaikan sebesar 0.512.

Uji Hipotesis

Uji F merupakan salah pengujian yang dilakukan pada penelitian ini setelah dilakukannya uji t. Tindakan analisis berupa uji f ini dilakukan dengan harapan variabel-variabel terikat atau independen yang dipakai secara bersamaan ketika

diuji memiliki pengaruh terhadap variabel dependennya (Irfan, 2019). Pada penelitian uji f ini, sebesar 0,05 merupakan signifikansi yang digunakan. Hasil pengolahan data pada uji f tertera demikian:

Tabel 5. Hasil Pengujian Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	33,649	3	11,216	30,470	0,000 ^b
Residual	35,338	96	0,368		
Total	68,987	99			

Sumber: Hasil analisis data menggunakan SPSS 26

Pengolahan data dengan metode pengujian f menunjukkan keputusan penolakan H₀ dan penerimaan H₁ yang bermakna bahwasannya terdapat korelasi nyata antara variabel-variabel independen dengan satu variabel dependennya. Hal ini ditandai pada perolehan nilai F hitung sejumlah 30,470 yang diketahui lebih banyak dari nilai F tabel yaitu sejumlah 2,70. Melalui diketahuinya nilai perolehan uji f tersebut, dapat dikatakan secara faktual bahwa variabel berupa besarnya harga, penyediaan fasilitas, dan layanan memiliki peran yang berpengaruh terhadap variabel yang bersifat terikat atau pada konteks ini adalah variabel yang mendorong keputusan membeli pada konsumen di suatu perusahaan pasar monopoli, yaitu perusahaan KAI melalui aplikasi KAI Access.

Uji t dilakukan untuk mengeksplorasi lebih dalam sebesar apa pengaruh faktor bebas terhadap faktor yang terikat sampai taraf tertentu. Nilai t tabel dan nilai uji t hitung kemudian dibandingkan (Yusup, 2018). Hasil penelitian memberikan perolehan nilai yang faktual dimana variabel independen memberikan kontribusi yang nyata terhadap variabel dependen, sepanjang t hitung yang ditentukan yang melebihi nilai dari t tabel dan tingkat signifikansi dibawah 0,05. Kita dapat mencari t tabel dengan menemukan $df = n - k - 1$, dengan $n = 100$, k (variabel independen) = 3, dan $df = 100 - 3 - 1 = 96$. Kemudian, peneliti akan mencari t tabel menggunakan rumus excel “=TINV(0.025,96)” memakai 0.025 karena $\alpha / 2$. Didapatkan hasilnya adalah 2,277.

Tabel 6. Hasil Pengujian Uji T

Nomor	Model	t	Signifikansi
1.	(Constant)	0,254	0,800
2.	Harga	4,644	0,000011
3.	Fasilitas	0,175	0,862
4.	Layanan	3,376	0,000011

Sumber: Pengujian uji t pada data menggunakan SPSS 26

Hasil dari pengujian data, dapat diambil konklusi akhir dari pengujian ini, bahwa

variabel harga dan layanan berpengaruh terhadap keputusan membeli, karena nilai signifikansi untuk pengaruh variabel harga dan layanan terhadap variabel keputusan membeli adalah $0.000011 < 0,05$, dan nilai t hitung adalah $4,644$ dan $3,376 > 2,277$. Sedangkan untuk variabel fasilitas. Nilai signifikansi pengaruh variabel fasilitas terhadap variabel keputusan konsumen adalah $0,862 > 0,05$, dan nilai hitung t adalah $0,175 < 2,277$. Dengan demikian, kesimpulan yang dapat dibuat adalah bahwa variabel fasilitas tidak mempengaruhi keputusan membeli.

Uji r atau analisis determinasi adalah suatu metode pengukuran yang menunjukkan sejauh mana variabel X memberikan kontribusi terhadap variabel Y. Tujuan dari analisis ini adalah untuk menentukan persentase kontribusi gabungan dari variabel independen terhadap variabel dependen (Mardiatmoko, 2020).

Tabel 7. Hasil Pengujian Uji R

Nomor	Model	R ²	R Square	Adjusted R Square	Std Error of the Estimate
1.	1	0,698	0,488	0,472	0,60672

Sumber: Hasil analisis data menggunakan SPSS 26

Perolehan data dari pengujian r menunjukkan nilai koefisien r sebesar 0,698 atau 69%. Pada kegiatan penelitian ini, melalui hasil pengujian r dimana variabel independen berupa harga, fasilitas, dan layanan berpengaruh sebesar 69% terhadap variabel dependen berupa keputusan membeli.

SIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh antara variabel-variabel independen seperti harga, fasilitas, dan layanan terhadap variabel dependen yaitu keputusan membeli pada masing-masing responden. Pengaruh tersebut dilihat dari persentase yang menunjukkan sebesar 69%. Terdapat dua variabel yang bersifat memiliki dorongan bagi konsumen ketika akhirnya memutuskan untuk melakukan tindakan membeli tiket sesuai kelas melalui aplikasi KAI Access, variabel tersebut di antaranya variabel harga dan layanan. Sementara terdapat satu variabel yang tidak mempengaruhi konsumen dalam memutuskan membeli, variabel tersebut adalah fasilitas.

REFERENSI

- Amanda, L., Yanuar, F., & ... (2019). Uji validitas dan reliabilitas tingkat partisipasi politik masyarakat kota Padang. *Jurnal Matematika* <http://jmua.fmipa.unand.ac.id/index.php/jmua/article/view/423>
- Arikunto, S. (2017). *Development of Research Instruments and Program Assessment*. In *Yogyakarta: Student Library*.
- Irfan, A. M. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Fasilitas Yang Diberikan Kenari Waterpark Bontang Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan. *Al-Infaq: Jurnal Ekonomi Islam*. <https://jurnalfai-uikabogor.org/index.php/alinqa/article/view/451>

- Janna, N. M., & Herianto, H. (2021). *Konsep uji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan SPSS*. osf.io. <https://osf.io/preprints/v9j52>
- Juanda, & Ali, H. (2022). LITERATURE REVIEW HUKUM BISNIS: MONOPOLI BISNIS DAN KERUSAKAN LINGKUNGAN. *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora Dan Politik (JHHP)*.
- Kospandani, R., & Wahyudi, L. (2021). Public transportation trust and satisfaction during the Covid-19 pandemic: Study on electric train services in KAI Commuter Region 6 Yogyakarta. *International Journal of Economics, Business and Management Research*.
- Mardiatmoko, G. (2020). Pentingnya uji asumsi klasik pada analisis regresi linier berganda (studi kasus penyusunan persamaan allometrik kenari muda [canarium indicum l.]). *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan ...*. <https://ojs3.unpatti.ac.id/index.php/barekeng/article/view/1872>
- Nurayni, D., & Widiartanto. (2019). Pengaruh E-Service Quality, E-Satisfaction Dan E-Trust Terhadap Customer Loyalty Pengguna Aplikasi Mobile Kai Access (Studi Pada Pengguna Aplikasi Mobile Kai Acces Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(1), 128–137.
- Purba, D., & Purba, M. (2022). Aplikasi Analisis Korelasi dan Regresi menggunakan Pearson Product Moment dan Simple Linear Regression. *Citra Sains Teknologi*. <https://publisher.yccm.or.id/index.php/cisat/article/view/54>
- Yusup, F. (2018). Uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan*. <http://103.180.95.17/index.php/jtijk/article/view/2100>