
Pengaruh Harga Tiket dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kreta Api Argo Parahiyangan Rute Bekasi-Bandung

Afri Neta Indah Sari^{1*}, Yenia Endriastuti²

¹ Program studi Manajemen, STIE Dharma Agung Indonesia

² Program studi Manajemen, STIE Dharma Agung Indonesia

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of ticket prices and service quality on purchasing decisions on the Argo Parahiyangan Train. The population in this study were consumers who had traveled using the Argo Parahiyangan Train. The sample in this study was 100 respondents. The sampling technique used was Convenience Sampling. Data collection was carried out using a questionnaire measured with a Likert scale. The data analysis technique used was multiple linear regression. The results of this study indicate that ticket prices have a positive and significant effect on purchasing decisions on the Argo Parahiyangan Train. Service quality has a positive and significant effect on purchasing decisions on the Argo Parahiyangan Train. Ticket prices and service quality together affect purchasing decisions on the Argo Parahiyangan Train.

Keywords:

Ticket Price_1, Service Quality_2, Purchasing Decision_3, Argo Parahiyangan Train_4

✉ Corresponding author : Afri Neta Indah Sari

Email Address : afrinetaindahsari@gmail.com (Jl. Industri No.33, Cikarang Kota, Kec. Cikarang Utara, Kabupaten Bekasi, Jawa Barat 17530)

Received tanggal bulan tahun, Accepted tanggal bulan tahun, Published tanggal bulan tahun

1. Pendahuluan

Berkembangnya suatu kota atau wilayah menyebabkan kebutuhan masyarakat untuk melakukan kegiatan dan aktivitas menjadi semakin besar sehingga berdampak pada peningkatan pemenuhan kebutuhan saat melakukan pergerakan atau mobilitas. Berkembangnya suatu wilayah menyebabkan tingginya mobilitas masyarakat di wilayah tersebut.

Semakin tingginya mobilitas dan interaksi yang dilakukan masyarakat di wilayah tersebut, maka diperlukan transportasi umum yang dapat menjangkau masyarakat dari pinggiran kota menuju ke pusat kota. Sehingga masyarakat yang bertempat tinggal jauh tetap bisa menjangkau pusat kota dengan cepat.

Transportasi merupakan salah satu sarana untuk mengangkut perpindahan orang atau barang dari satu tempat ke tempat lain. Transportasi merupakan sarana penting yang dibutuhkan masyarakat untuk berpergian jauh atau berpindah dari satu tempat ke tempat yang lain.

Transportasi modern dirasa mampu menghilangkan hambatan jarak dan hambatan waktu, dengan adanya kemajuan dan perkembangan transportasi modern mendorong peningkatan kebutuhan manusia dalam melakukan perjalanan yang jumlahnya lebih besar dan sering.

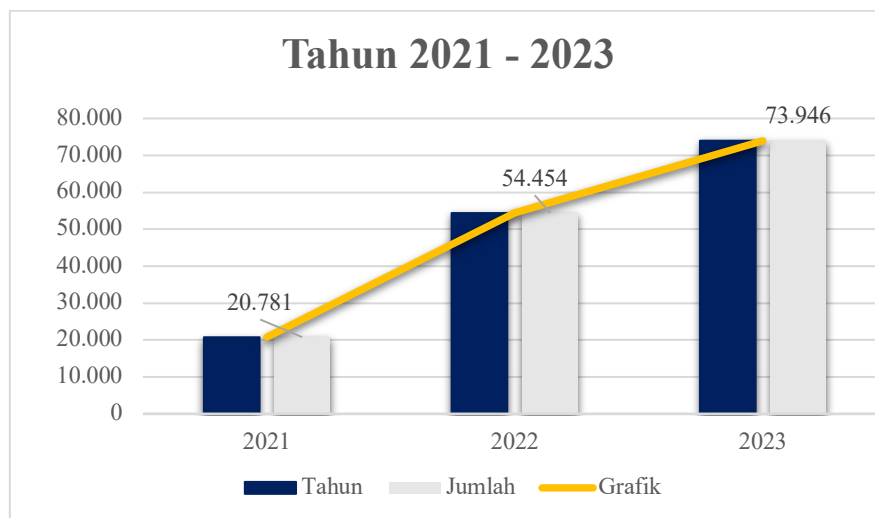
Transportasi yang dimiliki juga harus memiliki fasilitas yang mendukung supaya dapat terpenuhi harapan masyarakat dengan baik. Permasalahan yang cukup meresahkan seperti kemacetan menghambat aktivitas masyarakat saat berpergian. Peran pemerintah saat ini sangat dibutuhkan dalam menyelesaikan permasalahan tersebut.

Salah satu cara pemerintah untuk menyelesaikan permasalahan tersebut dengan menyediakan transportasi umum yang memiliki fasilitas yang menjamin kelayakan, keamanan, kenyamanan para pengguna jasa transportasi supaya terhindar dari masalah kemacetan, dari para pengguna kendaraan bermotor dan mobil. Salah satu moda transportasi umum yang memenuhi kriteria tersebut adalah kereta api.

PT Kereta Api Indonesia sebagai perusahaan kereta api harus mampu mengatasi kebutuhan konsumen bahkan sebelum konsumen membutuhkannya. Kebutuhan moda transportasi tidak hanya diperuntukkan untuk membantu manusia memenuhi kebutuhannya, tetapi juga dibutuhkan rasa aman pada saat menggunakan moda transportasi tersebut.

PT Kereta Api Indonesia yang bergerak dalam penyelenggaraan pelayanan transportasi darat khususnya kereta api, dalam rangka memperlancar arus perpindahan orang atau barang secara masal. Kereta api cukup diminati oleh masyarakat Indonesia.

Kereta api memiliki jalur khusus sehingga tidak mengalami kemacetan dan waktu keberangkatan dan kedatangan yang sudah pasti, meskipun dalam beberapa keadaan kereta api akan mengalami keterlambatan.



Gambar 1 Diagram jumlah penumpang KA pertahun

(Sumber: bps.go.id)

Berdasarkan pada gambar 1.1 terdapat diagram jumlah penumpang yang menggunakan kereta api dari tahun 2021 hingga tahun 2023 terjadi kenaikan dari tahun ketahun. Banyaknya minat masyarakat menggunakan kereta menyebabkan permintaan terhadap kebutuhan perjalanan kereta api terus meningkat. Rata-rata pengguna kereta api ini dari kalangan pelajar, mahasiswa, karyawan atau buruh yang menjadikan kereta api sebagai sarana transportasi bepergian jarak jauh.

Perkembangan teknologi juga membuat manusia akan kebutuhan jasa mengalami peningkatan. Kebutuhan sarana transportasi muncul seiring dengan semakin banyaknya kebutuhan manusia yang harus dipenuhi. Kereta api sebagai salah satu moda transportasi juga berperan di dalamnya.

Perkembangan teknologi tersebut juga turut memunculkan banyaknya aplikasi-aplikasi terbaru salah satunya *access by kai* yang dikeluarkan oleh PT Kereta Api Indonesia. Adanya aplikasi *access by kai* ini diharapkan memberikan kemudahan bagi calon penumpang yang akan memesan tiket kereta api. Sehingga pemesanan tiket dapat dilakukan melalui *smartphone* yang terhubung dengan internet.

Faktor lain juga menjadi alasan masyarakat dalam menggunakan jasa kereta api adalah harga. Harga menjadi pertimbangan oleh masyarakat sebelum melakukan transaksi jual beli ataupun transaksi lainnya. Sebagian konsumen menganggap harga bukan menjadi persoalan utama karena berapa saja harga yang dibayarkan akan tetap membeli barang atau jasa. Tetapi ada juga konsumen yang terlebih dahulu

mempertimbangkan harga sebelum memutuskan untuk membeli barang atau menggunakan jasa.

Stasiun Bekasi merupakan stasiun yang berada di Provinsi Jawa Barat dan berada dibawah pengelolaan PT Kereta Api Indonesia (KAI). Lokasi Stasiun Bekasi di jalan Ir. H. Juanda, Kota Bekasi. Stasiun ini merupakan stasiun yang cukup padat. Setiap harinya, stasiun Bekasi melayani kereta api regular jarak jauh dan sedang. Kereta api lokal tujuan Cikampek dan Purwakarta, kereta api Bandara Soekarno Hatta hingga KRL Commuter Line Jabodetabek.

Kereta api merupakan alat transportasi yang memiliki keunggulan seperti hemat bahan bakar, rendah polusi, bebas dari kemacetan dan cukup aman untuk penumpang yang akan bepergian jauh. Sama seperti halnya kereta api argo parahyangan rute Bekasi – Bandung dengan harga tiket yang terjangkau dan fasilitas yang cukup nyaman digemari masyarakat yang sering berpergian jauh.

Kereta Api (KA) Argo Parahyangan adalah kereta api jarak jauh yang mempunyai frekuensi perjalanan cukup banyak. Memiliki jumlah perjalanan hingga 20 kali pulang pergi. Terdiri dari empat gerbong kereta ekonomi, satu gerbong kereta makan sekaligus pembangkit, dan empat gerbong kereta eksekutif. Kereta Api Argo Parahyangan mampu mengangkut 8.000 – 11.000 penumpang setiap harinya.

Tabel 1. Kelas dan harga KA

No.	Kelas Kereta Api	Nama Kereta Api dan Harga Tiket Kereta Api			
		Cikuray	Argo Parahyangan	Papandayan	Pangandaran
1	Ekonomi	Rp. 45.000	Rp. 150.000	Rp. 150.000	Rp. 150.000
2	Eksekutif	Rp. -	Rp. 250.000	Rp. 250.000	Rp. 250.000

(Sumber: accesbykai)

Berdasarkan tabel 1. diatas menunjukan bahwa harga tiket Kereta Api Cikuray yang paling murah sedangkan harga tiket Kereta Api Argo Parahyangan, Papandayan, dan Pangandaran sama. Kereta Api Cikuray merupakan Kereta Api kelas ekonomi biasa, sedangkan Kereta Api Argo Parahyangan, Papandayan, dan Pangandaran kelas ekonomi premium. Oleh sebab itu harga tiket ke tiga Kereta Api tersebut lebih mahal dibandingkan dengan Kereta Api Cikuray.

Harga tiket kereta api cukup beragam karena kereta api terbagi menjadi beberapa kelas, yaitu kelas ekonomi, kelas eksekutif dan kelas bisnis. Perbedaan harga tiket, waktu tempuh dan kualitas pelayanan juga akan menjadi pertimbangan bagi para calon penumpang sebelum memutuskan menggunakan jasa kereta api ataupun jasa transportasi lain.

Dahulunya Kereta Api dengan tujuan Bekasi – Bandung hanya ada Kereta Api Cikuray dan Kereta Api Argo Parahyangan, namun pada tahun 2024 ini PT Kereta Api Indonesia (Persero) mulai meluncurkan dua Kereta Api baru yang memiliki rute yang sama dengan Kereta Api Cikuray dan Kereta Api Argo Parahyangan. Hal ini yang menyebabkan adanya pesaing baru Kereta Api Argo Parahyangan.

Tabel 1. Prasurvei KA Argo Parahyangan

No.	Pertanyaan	Tanggapan		Jumlah
		Iya	Tidak	
1	Menurut anda apakah harga tiket KA Argo Parahyangan telah memenuhi kepuasan penumpangnya?	12	18	30
2	Menurut anda apakah pelayanan di dalam KA Argo Parahyangan sudah sesuai dengan harga tiket?	15	15	30
3	Menurut anda apakah jam keberangkatan dan kedatangan Kereta Api Argo Parahyangan sudah sesuai dengan jadwal?	10	20	30
4	Apakah anda puas dengan pelayanan yang diberikan oleh KA Argo Parahyangan?	13	17	30
5	Menurut anda apakah kualitas pelayanan mempengaruhi anda, saat akan membeli ulang tiket KA Argo Parahyangan?	16	14	30

(Sumber: diolah oleh peneliti, 2024)

Berdasarkan tabel 1.2 menunjukan hasil prasurvey kepada 30 orang responden yang pernah menggunakan Kereta Api Argo Parahyangan pada tahun 2024 ini. Bisa dilihat bahwa dari 30 responden penumpang Kereta Api Argo Parahyangan menyatakan belum merasa puas, karena harga tiket yang diberlakukan belum memenuhi kepuasan penumpangnya.

Selain itu, pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan yang di harapkan oleh penumpang, Kereta Api Argo Parahyangan sering kali mengalami keterlambatan dan tidak sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan dan ditambah adanya pengurangan jadwal Kereta Api Argo Parahyangan pada tahun 2024 ini yang sering kali dikeluhkan oleh konsumen pengguna Kereta Api Argo Parahyangan. Hal ini juga dapat mempengaruhi calon penumpang pada saat akan melakukan pembelian ulang tiket Kereta Api Argo Parahyangan.

Tabel 2 Perubahan jadwal KA Argo Parahyangan

No	Sebelum Pengurangan Jadwal		
	Nama Kereta Api	Tujuan	Jam Berangkat
1	Argo Parahyangan	Bandung	05.37
2	Argo Parahyangan	Gambir	07.43
3	Argo Parahyangan	Gambir	09.10
4	Argo Parahyangan	Bandung	09.17
5	Argo Parahyangan Tambahan	Bandung	10.06
6	Argo Parahyangan	Gambir	10.15
7	Argo Parahyangan	Bandung	11.02
8	Argo Parahyangan	Gambir	11.15
9	Argo Parahyangan	Bandung	12.02
10	Argo Parahyangan	Bandung	13.07
11	Argo Parahyangan	Gambir	14.22
12	Argo Parahyangan	Bandung	16.03
13	Argo Parahyangan Tambahan	Gambir	16.05
14	Argo Parahyangan	Gambir	17.29
15	Argo Parahyangan	Gambir	18.51
16	Argo Parahyangan	Bandung	19.16
17	Argo Parahyangan	Bandung	20.33
18	Argo Parahyangan	Gambir	22.22
19	Argo Parahyangan Tambahan	Gambir	23.47
20	Argo Parahyangan Tambahan	Pasar Senen	01.19

No	Setelah Pengurangan Jadwal		
	Argo Parahyangan	Tujuan	Jam Berangkat
1	Argo Parahyangan	Gambir	08.20
2	Argo Parahyangan	Gambir	12.14
3	Argo Parahyangan	Gambir	13.19
4	Argo Parahyangan	Bandung	07.52
5	Argo Parahyangan	Bandung	13.40
6	Argo Parahyangan	Bandung	14.38

(Sumber: accessbykai)

Berdasarkan tabel 3 diatas terlihat bahwa adanya pengurangan jadwal pada kereta api argo parahyangan, pengurangan ini tentunya mengurangi jumlah pengguna kereta argo parahyangan atau bahkan konsumen beralih ke kereta lain. Pengurangan jadwal ini banyak dikeluhkan penumpang lantaran perjalanan di jam-jam tertentu sudah tidak tersedia.

Jika layanan transportasi kereta api dilaksanakan dengan baik, tepat jadwal berangkat, penumpang bisa menyusun perjalanannya dengan baik. Kondisi tersebut bisa dinilai antara lain dengan banyaknya waktu berangkat serta waktu datang yang sesuai waktu terhadap jumlah fasilitas sarana disaat berangkat serta datang.

Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan maka konsumen akan merasa puas sehingga akan muncul peluang jika konsumen akan melakukan keputusan pembelian secara ulang

2. Tinjauan Pustaka

Pengertian Harga

Menurut (Zulkarnaen, 2023) harga merupakan nilai uang yang harus dibayarkan atas pelanggan terhadap penjual dan pembeli barang yang dibelinya. Dengan kata lain, harga ialah nilai sebuah barang yang ditentukan oleh penjual.

Menurut (Astuti, 2021) harga yakni nilai uang yang dibebankan terhadap pembeli guna mempunyai manfaat melalui sebuah produk (jasa maupun barang) yang dibeli melalui produsen maupun penjual.

Menurut Mardia *et al.* (2021) harga merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan untuk sebuah produk atau jasa, atau sejumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk memperoleh manfaat atau penggunaan atas sebuah produk atau jasa.

Pengertian Kualitas Pelayanan

Pengaruh Harga Tiket dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan.....

Kualitas pelayanan atau *customer service* ini dapat dibedakan ke dalam dua kriteria yaitu jenis kualitas pelayanan yang baik dan kualitas pelayanan yang buruk. Kualitas pelayanan ini bukanlah suatu hal yang permanen atau kaku, melainkan fleksibel dan dapat dirubah. Perubahan ini tentunya berupa peningkatan kualitas pelayanan agar semakin lebih baik lagi.

Menurut (Permana, 2022) kualitas pelayanan merupakan cara atau strategi yang diterapkan pada perusahaan untuk lebih meningkatkan kepercayaan terhadap jasa yang diberikan perusahaan.

Menurut (Hamirul, 2020) kualitas pelayanan adalah sebuah perbandingan antara sebuah kenyataan atas pelayanan yang akan diterima dengan harapan atas pelayanan yang ingin diterima oleh konsumen atau pelanggan.

Pengertian Keputusan Pembelian

Menurut (Kotler dan Keller, 2021) keputusan pembelian merujuk pada proses dimana konsumen memilih, membeli dan menggunakan produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan mereka. Proses ini melibatkan beberapa tahap yang dimulai dengan pengenalan masalah, mencari informasi tentang produk atau jasa, mengevaluasi alternatif, membuat keputusan pembelian, dan akhirnya perilaku pasca pembelian.

Menurut (Bancin Budiman John, 2021) keputusan pembelian merupakan sebuah proses pengambilan keputusan yang dapat dipengaruhi oleh perilaku konsumen atau pelanggan.

Menurut (Aditya dan Krisna, 2021) keputusan pembelian merupakan suatu sikap yang dapat dipertimbangkan untuk membeli produk atau tidak pada suatu barang atau jasa.

3. Metode, Data, dan Analisis

Tempat penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu stasiun Bekasi yang berada di Jl. H. Juanda, Kota Bekasi, Jawa Barat. penelitian ini dilakukan kurang lebih selama empat bulan mulai dari bulan Mei 2024 sampai bulan Agustus 2024.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dimana penelitian kuantitatif jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran). Metode kuantitatif adalah metodologi penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu dan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang menggunakan kereta argo parahyangan rute Bekasi – Bandung yang jumlah penggunaanya tidak diketahui.

Dalam penentuan sampel menggunakan teknik pengambilan sampel Convenience Sampling. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100. Teknik pengambilan sampel yang digunakan oleh penulis adalah non-random sampling. Non-random sampling adalah teknik pengambilan sampel dimana setiap elemen populasi tidak mempunyai kemungkinan yang sama untuk dijadikan sampel.

Teknik analisa data yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda. Dengan uji hipotesis uji simultan dan uji parsial.

4. Hasil dan Pembahasan

Uji Validitas

Tabel 4 Uji validitas harga tiket

No	Nama Item	Pearson Correlation	R _{tabel}	Keterangan
1	P1	0.759	0.1966	VALID
2	P2	0.835	0.1966	VALID
3	P3	0.824	0.1966	VALID
4	P4	0.846	0.1966	VALID

(Sumber: diolah SPSS Statistik Versi 25)

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa semua item dinyatakan valid karena nilai pearson correlation > r_{tabel} 0.1966 (df = 100 – 2).

Tabel 5 Uji validitas kualitas pelayanan

No	Nama Item	Pearson Correlation	R _{tabel}	Keterangan
1	P1	0.829	0.1966	VALID
2	P2	0.838	0.1966	VALID
3	P3	0.772	0.1966	VALID
4	P4	0.717	0.1966	VALID
5	P5	0.729	0.1966	VALID
6	P6	0.705	0.1966	VALID
7	P7	0.773	0.1966	VALID
8	P8	0.806	0.1966	VALID

(Sumber: diolah SPSS Statistik Versi 25)

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa semua item dinyatakan valid karena nilai pearson correlation > r_{tabel} 0.1966 (df = 100 – 2).

Tabel 6 Uji validitas keputusan pembelian

No	Nama Item	Pearson Correlation	R _{tabel}	Keterangan
1	P1	0.797	0.1966	VALID
2	P2	0.624	0.1966	VALID
3	P3	0.700	0.1966	VALID
4	P4	0.852	0.1966	VALID
5	P5	0.776	0.1966	VALID

(Sumber: diolah SPSS Statistik Versi 25)

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa semua item dinyatakan valid karena nilai pearson correlation $> r_{\text{tabel}}$ 0.1966 ($df = 100 - 2$).

Uji Reliabilitas

Tabel 7 Uji reliabilitas

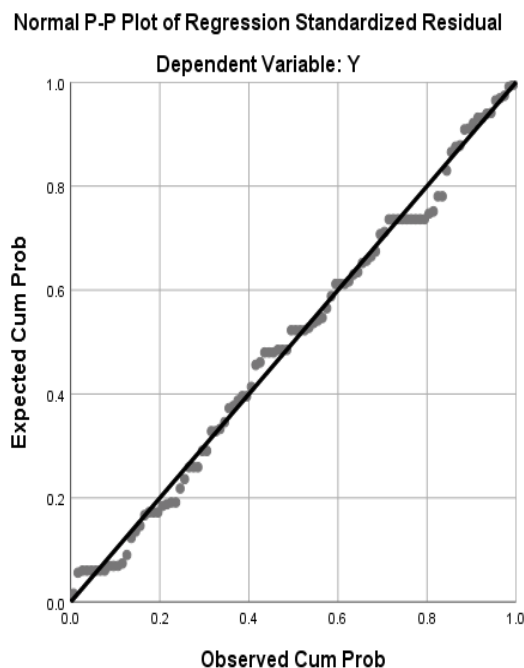
No	Variabel	Cronbach Alpha	Standar	Keterangan
1	Harga Tiket	0.832	0.6	Reliabel
2	Kualitas Pelayanan	0.900	0.6	Reliabel
3	Keputusan Pembelian	0.809	0.6	Reliabel

(Sumber: diolah SPSS Statistik Versi 25)

Berdasarkan tabel diatas masing-masing item pernyataan yang mendukung variabel harga tiket, kualitas pelayanan, dan keputusan pembelian telah menghasilkan cronbach alpha > 0.6 instrumen kuesioner dinyatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas



Gambar 2 Uji Normalitas

(Sumber: diolah SPSS Statistik Versi 25)

Dapat dilihat bahwa hasil dari grafik P-Plot diatas menunjukkan bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti garis tersebut. Maka regresi

Pengaruh Harga Tiket dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan.....

memenuhi asumsi normalitas karena model penelitian ini berdistribusi normal. Pengujian normalitas juga dapat dilihat melalui uji KolmogorovSmirnov. Untuk lolos asumsi normalitas dengan uji Kolmogorov Smirnov nilai signifikansi harus diatas 0,05. Berikut ini uji Kolmogorov Smirnov:

Tabel 8. Uji normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.62685878
Most Extreme Differences	Absolute	.066
	Positive	.066
	Negative	-.050
Test Statistic		.066
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

(Sumber: diolah SPSS Statistik Versi 25)

Uji Multikolineritas

Tabel 9. Uji multikolinearitas

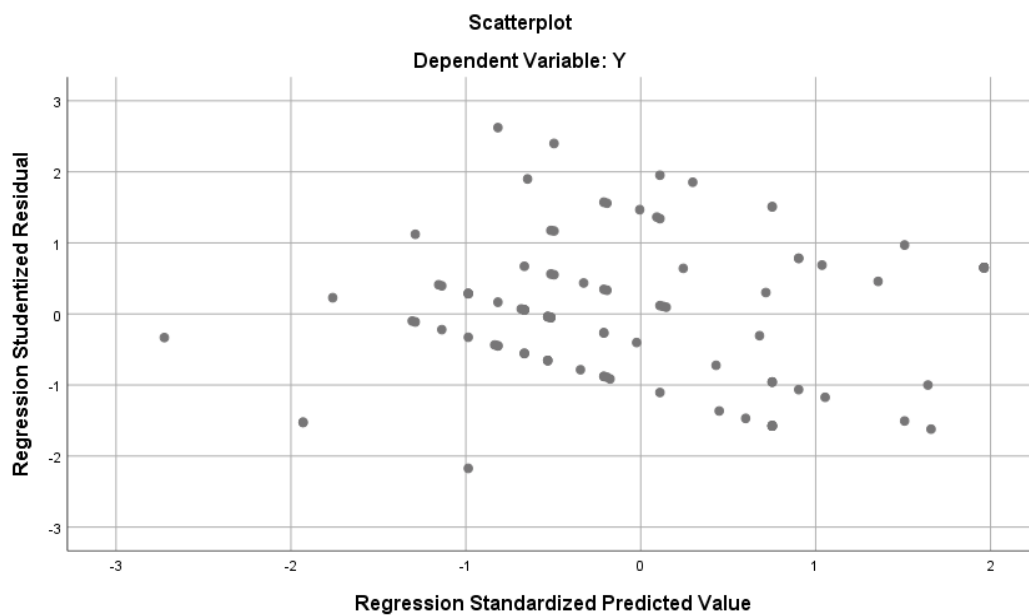
Model	Collinearity Statistic	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Harga Tiket	.732	1.365
Kualitas Pelayanan	.732	1.365

(Sumber: diolah SPSS Versi 25)

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat sebagai berikut:

1. Nilai tolerance untuk variabel harga tiket sebesar $0.732 > 0.1$ dan nilai VIF sebesar $1.365 < 10$ sehingga variabel harga tiket dinyatakan tidak terjadi gejala multikolinearitas.
2. Nilai tolerance untuk variabel kualitas pelayanan sebesar $0.732 > 0.1$ dan nilai VIF sebesar $1.365 < 10$ sehingga variabel kualitas pelayanan dinyatakan tidak terjadi gejala multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 3. Uji heteroskestisitas

(Sumber: diolah SPSS Statistik Versi 25)

Berdasarkan dari gambar diatas diperoleh dari olahan SPSS 25 yang dapat dilihat titik-titik tidak membentuk pola tertentu. Serta dapat dilihat bahwa penyebaran titik-titik diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu y. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala atau masalah heteroskedastisitas dalam model regresi ini.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 10 Uji regresi linear berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.464	1.759		5.379	.000
	X1	.373	.107	.338	3.498	.001
	X2	.176	.052	.330	3.415	.001

a. Dependent Variable: Y

(Sumber: diolah SPSS Statistik Versi 25)

Berdasarkan tabel uji regresi linear berganda diatas dapat dilihat bahwa nilai konstanta sebesar 9.464 dan nilai koefisien regresi variabel X₁ (Harga Tiket) sebesar 0.373 dan koefisien regresi variabel X₂ (Kualitas Pelayanan) sebesar 0.176.

jadi nilai koefisien regresi masing-masing variabel diatas dapat dirumuskan sebagai berikut:

Keputusan pembelian = $9.464 + 0.373 \text{ Harga Tiket} + 0.176 \text{ Kualitas Pelayanan}$.

1. α = Nilai elastisitas konstanta sebesar 9.464 artinya bahwa jika variabel independent yaitu X_1 (Harga Tiket) dan X_2 (Kualitas Pelayanan) bernilai 0, maka besarnya Keputusan pembelian yang terjadi adalah sebesar 9.464.
2. $\beta_1 X_1$ = Nilai variabel β_1 harga tiket bernilai positif yaitu sebesar 0.373 artinya setiap kenaikan 1% dari harga tiket maka tingkat keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0.373% dengan asumsi variabel lain tetap. Semakin naik harga tiket maka semakin naik keputusan pembelian.
3. $\beta_2 X_2$ = Nilai variabel β_2 kualitas pelayanan bernilai positif yaitu sebesar 0.176 artinya setiap kenaikan 1% dari kualitas pelayanan maka tingkat keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0.176% dengan asumsi variabel lain tetap. Semakin naik kualitas pelayanan maka semakin naik keputusan pembelian.

Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen (Kualitas pelayanan dan Harga) menjelaskan variabel dependen Keputusan pembelian untuk mengetahui besar persentase variabel terikat yang dijelaskan pada variabel independen.

Tabel 11 Uji koefisien determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.581 ^a	.338	.324	1.64354

a. Predictors: (Constant), X_2 , X_1

(Sumber: diolah SPSS Statistik Versi 25)

Berdasarkan tabel uji R^2 diatas, diperoleh R adalah 581 dan koefisien determinasi sebesar 0.338 atau 33.8%. Besarnya nilai koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel independent yaitu harga tiket dan kualitas pelayanan mampu menjelaskan variabel dependen yaitu keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel penelitian yaitu harga tiket dan kualitas pelayanan sedangkan sisanya sebesar 66.2% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian.

Uji Hipotesis

Uji t

Jika tingkat signifikansi ($\text{Sig} < 0,05$) maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

Uji t dilakukan dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} , dengan pengujian dua arah maka diperoleh t_{tabel} 1,984723.

Tabel 12 Uji t

Coefficients ^a

Pengaruh Harga Tiket dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan.....

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.464	1.759		5.379	.000
	X1	.373	.107	.338	3.498	.001
	X2	.176	.052	.330	3.415	.001

a. Dependent Variable: Y

(Sumber: diolah SPSS Statistik Versi 25)

Berdasarkan tabel diatas dengan pengujian dua sisi (signifikansi = 0.05) maka diperoleh t_{tabel} 1,984723 sehingga dapat hasil pengujian sebagai berikut:

1. Dari hasil pengujian (uji t) antara variabel harga tiket terhadap keputusan pembelian memiliki nilai $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ ($3,498 > 1,984723$) dan signifikansi ($0,001 < 0,05$) maka H_1 diterima, jadi dapat disimpulkan bahwa harga tiket berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada KA Argo Parahyangan.
2. Dari hasil pengujian (uji t) antara variabel kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian memiliki nilai $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ ($3,415 > 1,984723$) dan signifikansi ($0,001 < 0,05$) maka H_2 diterima, jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada KA Argo Parahyangan.

Uji F

Menurut (Ghozali, 2021) uji F memiliki tujuan untuk menguji kelayakan model penelitian yaitu mengetahui apakah persamaan model regresi dapat digunakan untuk melihat pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen. Jika nilai signifikansi ($\text{Sig} < 0,05$) maka model regresi dapat digunakan.

Tabel 13 Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	133.740	2	66.870	24.755	.000 ^b
	Residual	262.020	97	2.701		
	Total	395.760	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

(Sumber: diolah SPSS Statistik Versi 25)

Berdasarkan tabel uji f diatas terlihat bahwa nilai f_{hitung} sebesar 24,755. Nilai f_{tabel} statistik dengan $\alpha = 0,05$ maka nilai f_{tabel} 3,090187.

$F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ ($24,755 > 3,090187$) dan nilai signifikansi ($0,000 < 0,05$). Maka H_3 diterima artinya bahwa variabel independent berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Jadi dapat disimpulkan harga tiket dan kualitas

pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pada KA Argo Parahyangan.

Pembahasan

1. Pengaruh harga tiket terhadap keputusan pembelian pada Kereta Api Argo Parahyangan

Variabel harga tiket dengan hasil t_{hitung} sebesar 3,498 dan nilai signifikansi sebesar 0,001 dimana nilai signifikansi lebih kecil dari nilai α (0,05) maka dapat dikatakan bahwa harga tiket secara statistik berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Secara empiris H_1 diterima yang berarti bahwa harga tiket berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Kereta Api Argo Parahyangan. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh harga tiket.

Dari hasil penelitian diatas dapat diketahui bahwa semakin terjangkau harga yang ditetapkan dan semakin sesuai harga dengan manfaat produk dan kualitas produk, maka semakin meningkatkan keputusan pembelian konsumen pada suatu produk.

Hal ini didukung oleh teori Menurut (Kotler dan Amstrong, 2018) menurutnya indikator harga adalah adanya keterjangkauan harga. Penetapan harga yang dilakukan oleh perusahaan sesuai dengan kemampuan daya beli konsumen. Konsumen dapat menjangkau harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Kesesuaian harga dengan kualitas, penetapan harga yang dilakukan perusahaan yang sesuai dengan kualitas produk yang dapat diperoleh konsumen. Kesesuaian harga dengan manfaat, penetapan harga yang dilakukan perusahaan yang sesuai dengan manfaat yang dapat diperoleh konsumen dari produk yang dikonsumsi. Daya saing harga, penawaran harga yang dilakukan oleh perusahaan berbeda dan bersaing dengan yang diberikan oleh perusahaan lain pada jenis produk yang sama.

Hal ini selaras dengan pandangan Mardia *et al.* (2021) yang menyatakan bahwa harga merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan untuk sebuah produk atau jasa, atau sejumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk memperoleh manfaat atau penggunaan atas sebuah produk atau jasa.

2. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Kereta Api Argo Parahyangan

Variabel kualitas pelayan dengan hasil t_{hitung} sebesar 3,415 dengan nilai signifikansi 0,001 dimana nilai signifikansi lebih kecil dari α (0,05) maka dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan secara statistik berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Secara empiris H_2 diterima yang berarti bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Kereta Api Argo Parahyangan. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh kualitas pelayanan.

Dari hasil penelitian diatas diketahui bahwa semakin baik pelayanan yang diberikan mencakup tentang keandalan dalam melayani, ketanggapan, jaminan, empati serta wujud pelayanan yang diberikan maka akan meningkatkan keputusan pembelian untuk membeli suatu produk.

Hal ini didukung dengan teori pandangan Kotler yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan dapat diukur dengan; Reliabilitas (*reliability*), Daya tanggap (*responsiveness*), Jaminan (*assurance*), Empati (*empathy*), Bukti fisik (*tangibles*). Selaras dengan pandangan Tjiptono yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan ialah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan atau konsumen.

3. Pengaruh harga tiket dan kualitas pelayanan terhadap Keputusan pembelian pada Kereta Api Argo Parahyangan

Berdasarkan hasil uji $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($24,755 > 3,090187$) dan nilai signifikansi $< 0,05$ ($0,000 < 0,05$). Maka H_3 diterima artinya bahwa variabel independent berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Jadi dapat disimpulkan harga tiket dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan pembelian pada Kereta Api Argo Parahyangan.

Dari hasil penelitian diatas dapat diketahui bahwa semakin terjangkau harga, yang sesuai dengan kualitas produk, dan manfaat produk maka keputusan pembelian terhadap suatu produk juga akan meningkat. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka keputusan pembelian pada Kereta Api Argo Parahyangan akan semakin meningkat.

5. Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa bahwa harga tiket berpengaruh terhadap keputusan pembelian. kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. harga tiket dan kualitas pelayanan secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini yaitu Kereta Api Argo Parahyangan dapat menyesuaikan harga tiket dengan kemampuan daya beli konsumen kelas menengah. Maka pihak perusahaan dapat menyesuaikan harga tiket dengan fasilitas layanan yang akan didapatkan oleh konsumen. Selain itu dengan menawarkan harga produk yang terjangkau dan meningkatkan tingkat keamanan dan kenyamanan penumpang, Kereta Api Argo Parahyangan dapat menarik konsumen baru dan mempertahankan konsumen lama saat membeli produk jasa. Karena harganya terjangkau dengan kualitas pelayanan yang sesuai dapat menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama.

Referensi

accessbykai. (2024). *Kereta Api Indonesia*. Accessbykai. <https://apps.kereta-api.co.id/>

Adhari, L. Z. (2021). *Kepuasan Pelanggan & Pencapaian Brand Trust*.

Pengaruh Harga Tiket dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan.....

Andrian, et al. (2022). Perilaku Konsumen. In *Rena Cipta Mandiri* (Vol. 3, Issue 1).

<https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>

Bimaruci, H., & Havidz, H. (2022). *Effect of Price Perception and Service Quality on on*

Purchase Decisions. <https://doi.org/10.38035/dijefa.v3i4>

bps.go.id. (2024). *Jumlah Penumpang Kereta Api (Ribuan Orang), 2021*. Bps.Go.Id.

<https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/NzIjMg==/jumlah-penumpang-kereta-api.html>

cnbcindonesia.com. (2024). *Digencet Whoosh dan 2 Kereta Baru, Begini Nasib KA Argo*

Parahyangan.

Cnbcindonesia.Com.

<https://www.cnbcindonesia.com/news/20240208221913-4-512912/digencet-whoosh-dan-2-kereta-baru-begini-nasib-ka-argo-parahyangan>

Dr. Teddy Chandra, SE., MM Stefani Chandra, B.Bus.Com, MIB Layla Hafni, S. (2020).

Service Quality, Consumer Satisfaction, Dan Consumer Loyalty : Tinjauan Teoritis. In *Cv Irdh*.

Firmansyah, M. A. (2018). *PERILAKU KONSUMEN*.

<https://www.researchgate.net/publication/329587407>

Hasdiana, U. (2018). METODOLOGI PENELITIAN KUANTITATIF. In *Analytical*

Biochemistry (Vol. 11, Issue 1). [http://link.springer.com/10.1007/978-3-319-59379-1%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/B978-0-12-420070-8.00002-](http://link.springer.com/10.1007/978-3-319-59379-1%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/B978-0-12-420070-8.00002-7)

[7%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.ab.2015.03.024%0Ahttps://doi.org/10.1080/07](http://dx.doi.org/10.1016/j.ab.2015.03.024%0Ahttps://doi.org/10.1080/07352689.2018.1441103%0Ahttp://www.chile.bmw-motorrad.cl/sync/showroom/lam/es/)

[352689.2018.1441103%0Ahttp://www.chile.bmw-motorrad.cl/sync/showroom/lam/es/](http://www.chile.bmw-motorrad.cl/sync/showroom/lam/es/)

Indrasari, D. M. (2017). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*.

Jannah, B. P. dan L. miftahul. (2016). Metodologi Penelitian Kuantitatif. In *PT Rajagrafindo Persada* (Vol. 3, Issue 2).

Jember, S. M. (2021). *i STIE Mandala Jember*.

Kereta.id. (n.d.). *STASIUN BEKASI*. Kereta.Id. <https://stasiun.kereta.id/directory-stasiun/stasiun/stasiun-bekasi/>

Kompas.com. (2024). *Perjalanan KA Argo Parahyangan Berkurang, Banyak Penumpang Mengeluh hingga Tiket Dibatalkan*. Kompas.Com. <https://money.kompas.com/read/2024/02/01/100000726/perjalanan-ka-argo-parahyangan-berkurang-banyak-penumpang-mengeluh-hingga?page=all>

Kotler, P., & Keller, K. L. (n.d.). *Marketing Management*.

Lailatul Mufidah, K. T. (2021). *Pengaruh Harga Tiket Kereta Api Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Permintaan Jasa Kereta Api* (Vol. 7, Issue 3).

Moshinsky, M. (2019). PEMASARAN & KEPUASAN PELANGGAN. In *Nucl. Phys.* (Vol. 13, Issue 1).

Muhammad Farid Ramadhan, & Zulfa Irawati. (2024). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta Api Jarak Jauh Non Subsidi: Studi pada Konsumen Layanan Kereta Api di Universitas Muhammadiyah Surakarta. *Economic Reviews Journal*, 3(1), 127–145. <https://doi.org/10.56709/mrj.v3i1.126>

KHANISA, Z. U. (2021). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MATA AIR SWALAYAN PULAU PUNJUNG KABUPATEN Pengaruh Harga Tiket dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan.....*

DHARMASRAYA.

Putri Nugraha, J., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojiati, U., Saloom, G., Rosmawati, Fathihani, Johannes, R., Kristia, Batin, M., Jati Lestari, W., & Khatimah, HusnilFatima Beribe, M. (2021). *Perilaku Perilaku Konsumen Teori*.

Tarmiji, B. I., & Tresnati, R. (2020). *Pengaruh Harga Tiket dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Jasa Transportasi Kereta Api*. 1–4.

Triono, A., Hidayat, M., Setyawati, A., Handayani, S., & Tatiana, Y. (2022). Loyalitas dan Kepuasan Penumpang Kereta Api Argo Parahyangan Loyalty and Satisfaction of Argo Parahyangan Train Passenger. *Jurnal Manajemen Transportasi & Logistik (JMTRANSLOG)*, 09(03), 223–234.
<https://journal.itltrisakti.ac.id/index.php/jmtranslog>

Wahyudi, F. R., & Suryanti. (2021). Pengaruh Harga, Sistem Pembelian Tiket Online dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta Api Argo Parahyangan Bekasi -Bandung di Stasiun Bekasi. *Universitas Pelita Bangsa*, 1–15.

Yusuf Erlangga, R., Syiddatul Akliyah, L., & Judiantono, T. (2024). Preferensi Penumpang Kereta Api Cikuray (Garut Kota-Pasar Senen Pp). *Berkala Forum Studi Transportasi Antar Perguruan Tinggi*, 2(1), 106–114.
<https://doi.org/10.19184/berkalafstpt.v2i1.907>

: Evidence from Indonesia. *Jurnal Inovasi Ekonomi*, 5(02).