Volume 6 Issue 1 (2023) Pages 662 - 669
SEIKO : Journal of Management & Business
ISSN : 2598-831X (Print) and ISSN : 2598-8301 (Online)

Pengaruh Kualitas Informasi , Kualitas Layanan , Dan Kemudahan Transaksi Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Variabel Intervening Keamanan

Veni Kurniawati[1] **dan Nurul Azizah** [2]
[1,2] *Universitas Pembangunan Nasional " Veteran" Jatim*

Abstrak
KAI Acess is an online train ticket purchase application with an online payment method. The update of the KAI Access application is also a form of innovation and solution in presenting orders for various KAI Group services in one hand. The type of research used in this research is to use quantitative methods with surveys obtained through a list of questions or questionnaires of respondents. The technique used in this research is the PLS-SEM 4.0 model. The instruments used include information quality, service quality, transaction convenience, user security, and customer satisfaction using KAI Acess. The conclusion from this study is that the quality of information on KAI Access can be considered good. Because KAI Access has been able to provide relevant information to its users. , the quality of service at KAI Access is also very good. KAI Access is able to provide services to KAI Access customers such as selecting seats according to passenger requests, the convenience of transactions provided by KAI Access is able to help customers who do not have cash in making payments online, besides that there is an influence on user security on customer satisfaction.

Keywords: Quality of Information, Quality of Service, Ease of Transactions, Customer Satisfaction

Copyright (c)2023 Veni Kurniawati

✉ Corresponding author :
Email Address : VenyNia12@gmail.com

PENDAHULUAN

Perkembangan globalisasi telah mengubah prespektif masyarakat traalat komunikasi yang mampu memberikan masyarakat tradisional ke prespektif modern.Salah satunya dengan majunya teknologi digital dalam mendapatkan suatu informasi melalui smarthphone Salah satunya adalah semakin banyaknya masyarakat yang melakukan traveling atau berlibur dengan menggunakan jasa trasportasi pemesanan tiket melalui online aplikasi. Moda transportasi berperan , sebagai penunjang , pendorong dan penggerak bagi pertumbuhan suatu daerah yang berpotensi tetapi belum berkembang , dalam upaya peningkatan dan pemerataan pembangunan dan hasil – hasilnya Menurut (septiana ,2011) .salah satunya melalui sebuah Aplikasi yang dapat dikembangkan perusahaan PT. KAI dalam menjangkau kebutuhan konsumenya melalui pembelian tiket online transportasi darat seperti kereta api melalui KAI Acces. Pihak PT KAI membuat suatu perubahan besar dalam dunia tranportasi yaitu sebuah aplikasi pembelian tiket kereta secara online yang

DOI: 10.37531/sejaman.v6i1.3076

penerapanya membuat calon penumpang dapat dengan mudah memperoleh suatu informasi dan kemudahan transaksi KAI Acces memiliki berbagi fitur di dalamnya yang tidak terdapat di aplikasi jasa lainya .Aplikasi ini tidak hanya menjual tiket secara online , namun juga menambahkan berbagi fitur pendukung baru berdasarkan kegunaan seperti pembatalan tiket , penggantian jadwal kereta api , pemeblian tiket (kereta api lokal , antarkota , dan kereta api bandara) , pemeblian tiket kereta api H-31 sebelum hari keberangkatan , dan E-bording pass. Dengan kata lain ada faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan , kualitas informasi dan kemudahan pada kereta api indonesia . kualitas informasi adalah suatu pengukuran yang terfokus pada luaran yang diperoduksi atau diperoleh dari suatu sistem , serta nilai dari luaran bagi pengguna informasi (Jansen Et , 2018 :3).Menurut Kloter 2019 kualitas pelayanan merupakan sebuah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan apabila pelayanan yang diterima sesuai dengan yang diharapkan . Kemudahan transaksi merupakan suatu tingkat ekpresi pengguna terhadap usaha yang telah diberikan atau dikeluarkan untuk menggunakan sebuah sistem (Davis 2019:30).keamanan pengguna adalah suatu layanan yang diberikan dengan mempertimbangkan dan megedepankan bebas resiko ,bahaya , dan keraguan serta kerugian yang digunkan(Kloter dalam Indasari 2019 : 63).Kepuasan pengguna adalah penilaian seseorang terhadap penampilan yang diperoleh dari suatu sistem dalam kaitannya dengan suatu harapan dari sistem (Kotler dan Keller, dikutip dalam Prayanthi, 2020:2).

METODELOGI

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif , yang dilakukan melalui pengisian kuisioner di stasiun – stasiun .Populasi penelitian ini adalah pengguna KAI Acces penelitian ini yaitu menggunakan metode kuantitatif. Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer yaitu data yang jawaban berasal dari responden atas pertanyaan yang diberikan oleh peneliti . Dalam penelitian ini , terdapat 5 variabel yaitu kualitas informasi , kualitas layanan , kemudahan transaksi , keamanan pengguna dan kepuasan pelanggan . Pengukuran variabel pada penelitian ini menggunakan skala likert. Skala likert dalam penelitian ini diurutkan mulai dari nilai yang positif ke nilai yang negatif dengan peningkatan nilai bobot dari skala pengukuran 5,4,3,2,dan 1 dari hasil pengisian kuesioner. Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah Purposive Sampling khususnya menggunakan Quota Sampling. Penelitian menggunakan teknik pengambilan sampel ini dengan alasan tidak diketahui secara pasti populasi yang ada .

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian ini menggunakan responden sebanyak 100 responden , menggunakan simpel random sampling dengan mengalikan junlah indikator . Hasil data dalam penelitian ini didapatkan dari kuesioner yang disebarkan kepada responden .

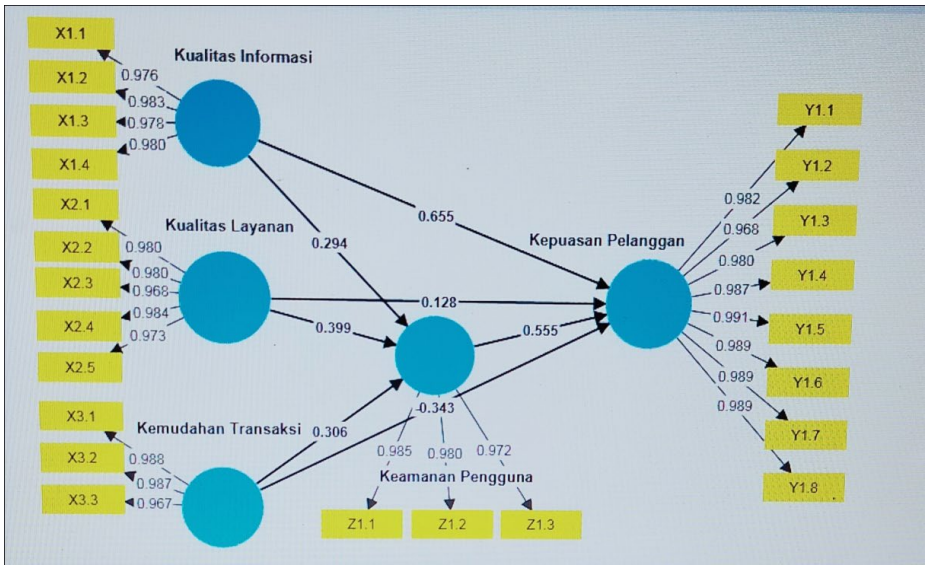
No	Karateristik	Jumlah	Presentase (%)
1	Jenis gender : a. Perempuan b. Laki – laki	 76 24	 72,4% 27,6%

DOI: 10.37531/sejaman.v6i1.3076

		100	100 %
2	Usia		
	a. 17-22 tahun	49	46,7%
	b. 23-28 tahun	20	19 %
	c. 29 -34 tahun	10	9,5%
	d. 35 -40 tahun	15	14,3%
	e. 40 tahun keatas	11	10,5 %
		100	100 %
3	Status :		
	a. Pelajar	46	43,8%
	b.Pekerja	44	41,9%
	Pengangguran (IRT / LANSIA)	15	14,3%
		100	100%
4	entitas Pembelian :		
	a. 1 kali	26	24,8%
	b. 2 kali	29	27,6%
	c. 3 kali	21	20 %
	d. 4 kali	22	21 %
	e. Setiap hari	7	6,7%
		100	100%

Kerangka Analisis Jalur

Analisis jalur mampu mengetahui variabel yang memiliki indikator yang memenuhi kriteria , Sehingga indikator yang tidak memenuhi syarat akan dibuang saat melakukan pengujian.



Dari hasil pengelolahan data yang tertera di atas dapat dijabarkan bahwa pada semua indikator variabel- variabel laten diatas menunjukkan sudah mempunyai nilai-nilai validitas konvergen yang baik . dapat dilihat nilai loading faktor nya diatas 0,7 . Selanjutnya koefisiennya pada kualitas informasi memiliki pengaruh sebesar 0,294 terhadap keamanan pengguna , koefisien variabel kualitas layanan juga memiliki pengaruh sebesar 0, 399 terhadap keamanan pengguna , ketiga kemudahan transaksi juga memiliki pengaruh keamanan pengguna sebesar 0,306 , keempat koefisien variabel keamanan pengguna juga memiliki pengaruh sebesar

DOI: 10.37531/sejaman.v6i1.3076

0,555 terhadap kepuasan pelanggan , kelima koefisien variabel kualitas informasi memiliki pengaruh sebesar 0,655 terhadap kepuasan pelanggan , keenam variabel kualitas layanan memiliki pengaruh sebesar 0,128 terhadap kepuasan pelanggan dan terakhir koefisien variabel kemudahan transaksi memiliki pengaruh sebesar -0,343 terhadap kepuasan pelanggan.

Uji Discriminant Validity

	Keamanan pengguna	*Kemudahan Transaksi*	*Kepuasan pelanggan*	*Kualitas Informasi*	*Kualitas Layanan*
Keamanan pengguna	0,979				
Kemudahan Transaksi	0,991	0,981			
Kepuasan pelanggan	0,992	0,983	0,984		
Kualitas Informasi	0,992	0,991	0,993	0,979	
Kualitas Layanan	0,992	0,987	0,988	0,990	0,977

Dari tabel diatas dapat dilihat nilai loading dari masing – masing indikator terhadap konstruknya lebih besar dari pada nilai cross loadingnya .Dapat disimpulkan semua variabel sudah memiliki discriminant validity yang baik , dilihat pada blok indikator variabel tersebut lebih baik dari pada indikator blok lainnya .

Uji Composite Reliability

uji reliabilitas konstruk yang diukur dengan composite reliabiliti (CR) dari blok suatu indikator untuk mengukur konstruk CR agar dapat menampilkan reliabilitas yang baik .Koefisien composite reliabiliti harus lebih besar dari 0,7 walaupun 0,6 dapat diterima menurut Hair et.al 2014.

Tabel .47 Composite Reliability

Variabel	Composite Reliability	Rule of thumb	Kesimpulan
Keamanan pengguna	0,979	0,600	Reliabel
Kemudahan Transaksi	0,980	0,600	Reliabel
Kepuasan pelanggan	0,995	0,600	Reliabel
Kualitas Informasi	0,986	0,600	Reliabel
Kualitas Layanan	0,988	0,600	Reliabel

Berdasarkan tabel diatas hasil pengujian composite reliabiliry menunjukkan nilai > 0,7 yang mengartikan semua variabel dinyatakan reliabel . composite reliability dalam melakukan pengujian reliabiliti pada konstruk dikatakan reliabel jika nilai compositenya masing – masing 0,70.

DOI: 10.37531/sejaman.v6i1.3076

Analisis Inner Model

Fit Model

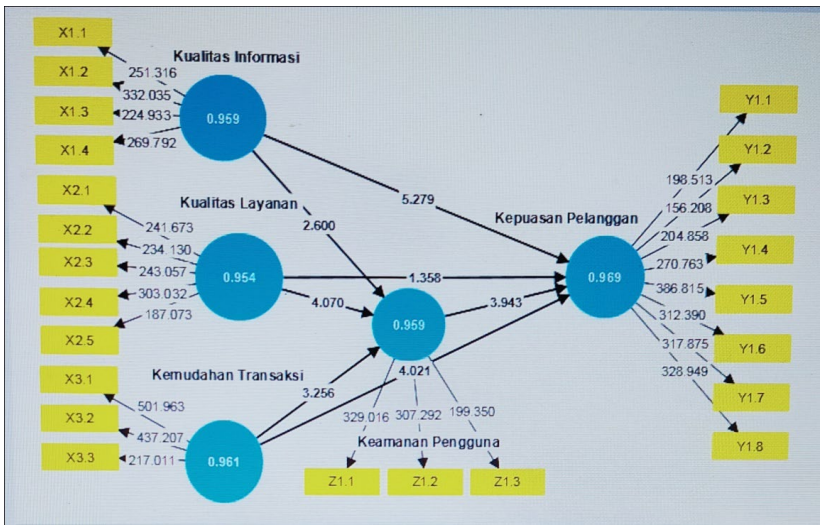
	Saturated Model	*Estimated Model*
NFI	0,757	0,757

sumber : smartpls

Nilai NFI mulai dari 0 sampai 1 diturunkan melalui perbandingan antara model yang dihipotesiskan dengan suatu model independen tertentu .Model memiliki nilai tinggi apabila nilai mendekati 1 .Dari data tabel diatas nilai NFI berada pada 0,757-0,757 yang memiliki kecocokan model yang dapat dinyatakan baik.(Ghozali , 2014).

Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis terhadap koefisien jalur antar variabel dengan membandingkan angka p-value dengan alpha (0,005) atau t- statistik (>1,96) .Besar p –value dan statistik diperoleh dari output SmartPLS 4.0 dengan menggunakan metode boostrapping.



Pertama , pada hasil pengujian hipotesis pertama membuktikan nilai path coeficien 0,294 (positif) ,nilai t-statistik 2.600 (>1,96) , dan nilai p- value tidak memenuhi syarat yaitu 0,009 (<0,05) dari pengaruh kualitas informasi terhadap keamanan pengguna . sehingga hipotesis pertama diolak

Kedua,pada pengujian hasil hipotesis kualitas layanan yang membuktikan nilai path coeficien 0,399 (Positif) , nilai t-statistik 4.070 (>1,96), dan nilai p- value memenuhi syarat yaitu 0,000 (>0,05) terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap keamanan pengguna , sehingga hipotesis kedua dapat diterima . Hipotesis kedua ini dapat diterima karena responden merasa kualitas layanan yang diberikan pihak KAI Acces sangat aman seperti pada saat memilih kursi , hal tersebut sangat membantu responden dalam mendapatkan suatu layanan fasilitas tempat duduk yang nyaman dengan aman tanpa harus takut tidak mendapatkan tempat duduk .

DOI: 10.37531/sejaman.v6i1.3076

Ketiga , pengujian hipotesis kemudahan transaksi yang membuktikan nilai path coeficien 0,0,306 (Positif) , nilai t-statistik 3.256 (>1,96), dan nilai p- value memenuhi syarat yaitu 0,001 (>0,05) dari pengaruh kemudahan transaksi terhadap keamanan pengguna , sehingga hipotesis ketiga dapat diterima . pengujian hipotesisi ketiga ini dapat diterima sebab mayoritas responden merasakan pembayaran yang sangat mudah tanpa harus pergi ke stasiun , namun hanya dengan melalui smathphone berbasi aplikasi m – bangking yang dimiliki responden atau melalui metode pembayaran kaipay yang sudah disediakan oleh KAI Acces dengan aman tanpa harus memberikan tips atau biaya tambahan .

Keempat , pengujian hipotesis keamanan pengguna yang membuktikan nilai path coeficien 0,555 (Positif) , nilai t-statistik 3.943 (>1,96), dan nilai p- value memenuhi syarat yaitu 0,000 (>0,05) terdapat pengatuh keamanan pengguna terhadap kepuasan pelanggan , sehingga hipotesis keempat dapat diterima .Keamanan tersebut dievalusi dan diterima dapat dilihat oleh pengimputan data no ktp penumpang yang dijaga oleh pihak KAI Acces , apabila pengimputan penumpang lebih dari satu atau orang yang tidak mempunyai akun tersebut , maka KAI Acces jiga menyediakan fitur khusus sehingga penambahan penumpang dapat dinput dengan aman sesuai no ktp dan identitas penumpang yang bertujuan untuk melindungi data penumpang .selain itu keamanan pengguna juga dapat dilihat saat melakukan e – boarding di stasiun dengan menyertakan ktp mereka sesuai identitas pembelian di KAI Acces yang membuat penumpang kereta merasa puas atas jasa yang diberikan.

Kelima , pengujian hipotesis kualitas informasi membuktikan nilai path coeficien 0,655 (Positif) , nilai t-statistik 5.279 (>1,96), dan nilai p- value memenuhi syarat yaitu 0,000 (>0,05) terdapat pengaruh kualitas informasi terhadap kepuasan pelanggan , sehingga hipotesis kelima dapat diterima . kualitas informasi tersebut dapat dilihat dari informasi tujuan kereta api dengan stasiun yang kereta tujuan tersebut ada seperti kereta api jurusan madiun – surabaya jika pagi 01.00 sampai 08.45 WIB hanya ada di stasiun madiun kota . hal tersebut membantu penumpang kereta dapat memilih stsiun dan kereta sesui tujuan mereka dan sesuai dengan jam keberangkatan kereta yang penumpang inginkan sehingga menciptakan kepuasan pelanggan atas informasi yang telah diberikan

Keenam , pengujian hipotesis kualitas layanan membuktikan nilai path coeficien 0,128 (Positif) , nilai t-statistik 1.358 (>1,96), dan nilai p- value yang tidak memenuhi syarat yaitu 0,174 (>0,05) dari pengaruh terhadap kepuasan pelanggan ,sehingga hipotesis keenam tidak dapat diterima . Hal tersebut terjadi akibat pengaruh kualitas layanan yang diberikan di dalam penelitian ini tidak memberikan pengaruh yang besar terhadap keputusan pelanggan . sehingga intensitas layanan ini sedikit

Ketujuh , pengujian hipotesis kemudahan transaksi membuktikan bahwa nilai path coeficien - 0,343 (Negatif) , nilai t-statistik 4.021 (>1,96), dan nilai p- value memenuhi syarat yaitu 0,000 (>0,05) dari kemudahan transaksi terhadap kepuasan pelanggan ,sehingga hipotesis ketujuh tidak dapat diterima.Dapat disimpulkan bahwa kemudahan transaksi tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang disebabkan kurangnya pengetahuan pembayaran melalui virtual accoun atau m-bangking (Qris) pada penggunaan KAI Acces

DOI: 10.37531/sejaman.v6i1.3076

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa Kualitas Informasi pada KAI Acces dapat dianggap baik.Sebab KAI Acces telah mampu memberikan suatu informasi yang relevan kepada penggnanya , Kualitas Layanan pada KAI Acces juga sudah sangat baik . KAI Acces mampu memberikan layanan kepada pelanggan KAI Acces seperti pemilihan tempat duduk sesuai dengan reques para penumpang , Kemudahan transaksi yang diberikan KAI Acces mampu merasa pelanggan merasa aman atas jasa yang diberikan , hal tersebut dapat dirasakan pelanggan pada saat melakukan pembayaran onine melalui m – bangking atau Qris .Keamanan pengguna pada KAI Acces juga mampu membuat para pelanggan merasakan puas atas jasa yang diterima penumpang .

Tidak ada pengaruh tidak langsung terhadap variabel intervening keamanan pengguna . sebab terdapat beberapa suatu hambatan yang masih kurang pada aplikasi KAI Acces , sehingga pengguna KAI Acces masih banyak yang belum dapat merasakan nilai dan manfaat secara optimal .

Referensi :

Anggun, Amelia ,P. (2020). Motif Pemanfaatan Mobile Aplication KAI Acces(Studi Pada Pengguna Kereta Api Lokal) Jarak Dekat Stasiun Wonokromo Surabaya. *Jurnal Bisnis dan Kajian Strategi*, 4. http://jurnal.utu.ac.id/jbkan/article/view/2410

Aprilia Andini, d. d. (2020). Analiss Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Word of Mouth Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Management*, 1-21. http://repository.stei.ac.id/2420/

Ayu Dian , B., & Azizah , N .(2021). Pengaruh E-service Quality dan Enjoyment Terhadap Repeat Usage E-Wallet Gopay Melalui Trus Pada Generasi Milenial Di Surabaya. *jurnal syntax Administration*,2(2) 183-202.https://doi.org/10.46799/jsa.v2i212.179.

Azizah, N. (2022). Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal, Komposisi Produk Halal , Electronic Word Of Mouth (E-Wom), Citra Merek , Dan Presepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tapokki Mujigae. http://repository.ibs.ac.id/4052/

E, K. (2020). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta Api Melalui Aplikasi KAI Acces . *Jurnal Science*. https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/appliedscience/article/view/12088

Magnadi, A. d. (2016). Pengaruh Presepsi Keamanan , Kemudahan Bertransaksi , Kepercayaan Terhadap Toko Dan Pengalaman Berbelanja Terhadap Minat Beli Secara Online Pada Sirus Jual Beli Tokopedia . *jurnal of management*, -. https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/13857

Ni Putu Ayu Wangi Diantini, S. W. (2019). Efetivitas Penerapan Mobile Aplication KAI Acces OLeh Konsumen Kereta Api Indonesia Persero Daerah 9 Stasiun Jember. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 133-137.

DOI: 10.37531/sejaman.v6i1.3076

https://jurnal.unej.ac.id/index.php/JPE/article/view/11477?articlesBySameAuthorPage=2

Nurul Azizah, K. ,. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan E-Commerce Shopee Terhadap Loyalitas Pengguna Shopee. *jurnal pengembangan wiraswasta*, 13. http://jabeistik.upnjatim.ac.id/index.php/jabeistik/article/view/6

Pratama .S.D dan Syaodih, E. (2018). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Memanfaatkan Aplikasi KAI Access. *Jurnal Management Jasa*, 15-20.

Purba, M. (2021). Pemesanan Tiket Kereta Api Online (E-Tiketing) Menggunakan Aplikasi KAI Acces . *Jurnal Sistem Informasi*,175-194. https://journal.universitassuryadarma.ac.id/index.php/jsi/article/download/324/298

Rahmi, D. T. (2017). Pengaruh Citra Merek Terhadap Niat Pembelian Tiket Pesawat Secara Online Pada Konsumen Traveloka Dengan Kepercayaan Sebagai Mediasi . *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajement*, 70-85. https://jim.usk.ac.id/EKM/article/view/3522

Sonnya Romandifa Mahar, E. K. (3 JULI 2020). Kepercayaan , Kemudahan Transaksi , Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta Api Secara Online (Studi Kasus Pada Aplikasi KAI Acces). *Jurnal Penelitian dan Kajian Ilmiah*, 220-226. http://jabeistik.upnjatim.ac.id/index.php/jabeistik/article/view/6

Umar, B. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan , Produk , dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Lazada Di Bandar Lampung. *Jurnal Eknomi*, 101-118. https://ejournal.borobudur.ac.id/index.php/1/article/view/633

Widi Prayogo, H. H. (2022). Perilaku Konsumen Dalam Pertimbangan Pembelian Tiket Melalui KAI Access Berdasarkan Kualitas Jasa , Citra Merek , Presepsi Harga. *Jurnal Ilmu Management dan Bisnis*. https://ejournal.upi.edu/index.php/mdb/article/view/42521