

PENGARUH FAKTOR HARGA, KEAMANAN, KENYAMANAN DAN KETEPATAN WAKTU TERHADAP PEMBELIAN TIKET KERETA API EKONOMI AC PENATARAN JURUSAN SURABAYA-MALANG-BLITAR (Studi Kasus Pada Penumpang Kereta Api Ekonomi Penataran Di Stasiun Kota Baru Malang)

Oleh :

Eva Ruswinda*

Rois Arifin**

A. Agus Priyono***

Email : ruswindae@gmail.com

Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Malang

Abstract

This research uses a quantitative approach by collecting data through questioner methods. The population in this study was the ticket buyers of the Penataran train in Surabaya - Malang - Blitar. The sample is 97 respondents with data collection techniques using a questionnaire. The purpose of this study are: 1) to find out the factors of price, security, comfort, and timeliness have a partial effect on the purchase of Railroad train tickets, 2) to find out the factors of price, security, convenience, and timeliness have an effect on purchasing train tickets upgrading fire.

The results showed that 1) the factors of price, security, comfort, and timeliness have a simultaneous effect on the purchasing decisions of train tickets, 2) the factors of price, security, convenience and timeliness have a partial effect on the decision to purchase train tickets.

Keywords: *Price factor, safety factor, comfort factor, timeliness factor, ticket purchase, upgrading train*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pesatnya perkembangan zaman di era milenial ini mengakibatkan tingkat kepadatan transportasi semakin tinggi. Dalam melakukan aktifitas sehari-hari, kebutuhan akan transportasi sangatlah penting. Transportasi merupakan sarana untuk mempermudah perpindahan obyek dari satu tempat ke tempat yang lain

Mayoritas masyarakat menggunakan transportasi darat sebagai pilihan utama, sehingga penggunaan kendaraan pribadi ataupun umum meningkat secara signifikan dan pada akhirnya menyebabkan peningkatan kepadatan kendaraan di jalan raya. Dalam memenuhi kebutuhan bertransportasi, masyarakat akan cenderung memilih transportasi yang cepat, aman dan terjangkau. dengan mempertimbangkan beberapa hal yaitu fasilitas dan kualitas pelayanan yang ditawarkan oleh perusahaan jasa transportasi.

Kereta api merupakan jenis transportasi darat yang mampu memuat banyak penumpang, dengan tarif yang ekonomis, dan waktu tempuh yang lebih cepat dibanding dengan transportasi darat lainnya. PT KAI (persero) menyediakan berbagai jenis kereta api yaitu kereta api eksekutif, kereta api bisnis, kereta api ekonomi, dan kereta api komuter.

Kereta api kelas ekonomi tarifnya relatif lebih murah jika dibandingkan dengan kereta api lain, mampu menjadi alternatif alat transportasi masyarakat. Namun dengan harga tiket yang dapat terjangkau oleh masyarakat PT. KAI (persero) dituntut untuk mampu menyediakan jasa layanan kereta api yang baik. Hal ini sering kendala, karena kualitas pelayanan yang baik tentu membutuhkan biaya operasional yang tinggi. Sehingga sering kali pelayanan kereta api dikorbankan demi mencapai tarif angkutan kereta api yang terjangkau oleh masyarakat. Sementara beragamnya pengguna jasa kereta api tentu membutuhkan kualitas pelayanan jasa kereta api yang berbeda-beda.

Menangkap peluang yang ada di pasar, PT. Kereta Api Indonesia Persero daerah operasi (DAOP) VIII Surabaya mulai 14 Januari 1971 mengoperasikan kereta api ekonomi AC Penataran jurusan Surabaya-Malang-Blitar. Keberadaan kereta api Penataran dimaksudkan untuk memenuhi kebutuhan pengguna kereta api dari golongan menengah kebawah. Malang sebagai kota pendidikan, wisata dan industri merupakan pasar yang potensial bagi kereta api penataran. Banyaknya mahasiswa, pekerja, pedagang yang berdatangan dari kota asal ke Malang untuk melakukan tugasnya masing-masing dan banyaknya lokasi wisata yang di Malang banyak mengundang wisatawan untuk mengunjungi lokasi wisata dan untuk menuju kota Malang salah satu alat transportasi yang dapat dipilih adalah kereta api ekonomi Penataran.

Berdasarkan uraian diatas maka dalam menganalisis penyebab yang mempengaruhi masyarakat dalam penggunaan jasa kereta api tersebut dengan judul penelitian sebagai berikut: “PENGARUH FAKTOR HARGA, KEAMANAN, KENYAMANAN DAN KETEPATAN WAKTU TERHADAP PEMBELIAN TIKET KERETA API EKONOMI AC PENATARAN JURUSAN SURABAYA-MALANG-BLITAR (Studi Kasus Pada Penumpang Kereta Api Ekonomi Penataran Di Stasiun Baru Kota Malang)”.

Tujuan Penelitian

Sesuai deskripsi masalah di atas, maka tujuan yang ingin dicapai yaitu:

1. Untuk menganalisa faktor harga, keamanan, kenyamanan dan ketepatan waktu berpengaruh secara simultan terhadap pembelian tiket kereta api ekonomi Penataran.
2. Untuk menganalisa faktor harga, keamanan, kenyamanan dan ketepatan waktu berpengaruh secara parsial terhadap pembelian tiket kereta api ekonomi Penataran.

Manfaat Penelitian

Suatu penelitian yang dilaksanakan seseorang diharapkan akan mendapat manfaat tertentu. Begitu juga dengan penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi:

1. Bagi perusahaan, hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan masukan dalam meningkatkan kualitas pelayanan jasa angkutan kereta api khususnya pelayanan kereta api Penataran.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi penelitian di bidang manajemen khususnya permasalahan perilaku konsumen.
3. Bagi penulis, penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kemampuan dalam bidang perilaku konsumen yang selama ini telah penulis peroleh di bangku kuliah

KAJIAN PUSTAKA

Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Trini, (2004). Dengan judul “Pengaruh faktor pelayanan, tarif, keamanan dan kendaraan terhadap kepuasan konsumen (Studi Kasus pada Pengguna Jasa Bus Safari Dharma Raya Jurusan Solo –Denpasar)”. Hasil Hipotesis simultan didapatkan variabel bebas, pelayanan, tarif, fasilitas keamanan dan fasilitas kendaraan berpengaruh simultan pada variabel terikat yaitu kepuasan konsumen, Sedangkan hasil Parsial menunjukkan bahwa masing-masing variabel bebas berpengaruh parsial pada Kepuasan Konsumen.

Penelitian yang dilakukan oleh Herliyana, (2013). Dengan judul “Pengaruh harga tiket *online* dan pelayanan terhadap keputusan menggunakan transportasi pesawat terbang Lion Air”. Hasil hipotesis secara parsial (Uji t) adalah H_1 dan H_2 yaitu harga dan pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian. Sedangkan dari hasil simultan (Uji F) didapat bahwa harga berpengaruh secara simultan pada keputusan pembelian tiket.

Penelitian yang dilakukan oleh Ghufuran, (2014). Dengan judul “Pengaruh harga, promosi, kualitas pelayanan, dan citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen (Studi kasus pada pengguna jasa penerbangan PT. Garuda Indonesia di Semarang)”. Hasil hipotesis secara parsial (Uji t) menunjukkan bahwa harga, promosi, kualitas pelayanan dan citra merek berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen. Sedangkan secara simultan (Uji F) menunjukkan bahwa harga, promosi, kualitas pelayanan, dan citra merek berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Penelitian yang dilakukan oleh Nova dkk, (2016). Dengan judul “Analisis pengaruh faktor ketepatan waktu dan tarif pengiriman barang atau jasa terhadap kepuasan pelanggan”. Hasil hipotesis secara parsial (Uji t) adalah bahwa Ketepatan waktu dan tarif pengiriman berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan PT Kerta Gaya Pusaka. Sedangkan secara simultan (Uji F) bahwa secara bersama-sama Ketepatan Waktu dan Tarif berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Kerta Gaya Pusaka.

Pemasaran

Menurut Stanton, (2001:17) “pemasaran adalah seluruh kegiatan usaha yang ditujukan untuk perencanaan, penentuan harga dan pendistribusian barang atau jasa”. Proses pemasaran yang meliputi *product*, *price*, *promotion* dan *place* sangat membantu perusahaan untuk memproduksi barang maupun jasa yang benar-benar dibutuhkan oleh konsumen.

Jasa

Menurut Saladin, (2007:42) “jasa adalah setiap kegiatan yang ditawarkan oleh seseorang kepada orang lain dan tidak menghasilkan kepemilikan pada barang tersebut”. Dari pengertian ini dapat diambil kesimpulan bahwa jasa merupakan produk tidak nyata yang dibeli dan dijual melalui transaksi pertukaran saling memuaskan

Harga

Menurut Saladin, (2003:95) “harga adalah sejumlah uang sebagai alat tukar untuk memperoleh produk dan jasa”. Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa harga berfungsi sebagai alat ukur nilai suatu barang, cara membedakan suatu barang, dan menentukan jumlah barang yang akan diproduksi.

Keamanan

Menurut Parasuraman, (2005:132) “keamanan adalah keadaan bebas dari bahaya atau resiko”. Istilah ini bisa digunakan pada sesuatu yang berhubungan dengan kejahatan, segala bentuk kecelakaan dan lain-lain. Keamanan merupakan topik yang luas termasuk keamanan dalam bertransportasi, keamanan rumah tangga dari maling, keamanan komputer dari hacker dan cracker dan sebagainya.

Kenyamanan

Menurut Kolcaba, (2004:63) “kenyamanan adalah suatu keadaan telah terpenuhinya kebutuhan dasar manusia. sehingga mengakibatkan perasaan senang, enjoy, sejahtera pada dirinya”. Berdasarkan definisi ini dapat disimpulkan bahwa kenyamanan merupakan kondisi perasaan berdasarkan persepsi masing-masing individu pada suatu hal yang dimana nyaman pada individu tertentu mungkin berbeda dengan individu lainnya.

Ketepatan Waktu

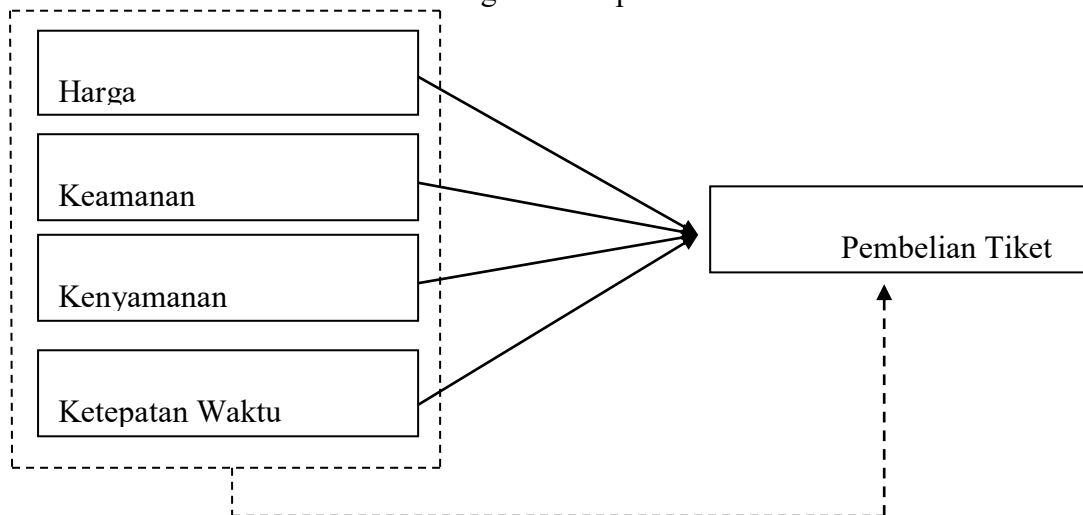
Menurut Nystrom, (2005:28) “ketepatan waktu dalam pengertian bahwa pelayanan transportasi kereta api dilakukan dengan disiplin, sesuai jadwal keberangkatan, sehingga masyarakat dapat merencanakan perjalanan dengan pasti. Keadaan tersebut dapat diukur antara lain dengan jumlah pemberangkatan dan kedatangan yang tepat waktu terhadap jumlah sarana transportasi saat berangkat dan datang.

Keputusan Pembelian

Menurut Kotler, (2003:54) “keputusan pembelian adalah suatu tindakan dari konsumen untuk membeli atau tidak terhadap produk atau jasa. Dalam memutuskan untuk melakukan keputusan pembelian biasanya konsumen selalu mempertimbangkan kualitas, harga dan produk yang sudah dikenal oleh masyarakat.

Kerangka Konseptual

Gambar 2.2
 Kerangka Konseptual



Keterangan :

----- = Pengaruh Secara Simultan
 _____ = Pengaruh Secara Parsial

Hipotesis Penelitian

H₁ = Bahwa faktor harga, keamanan, kenyamanan dan ketepatan waktu berpengaruh secara simultan terhadap pembelian tiket

H₂ = Bahwa faktor harga, keamanan, kenyamanan dan ketepatan waktu berpengaruh secara parsial terhadap pembelian tiket

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penulis menggunakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data para responden, yaitu penumpang Kereta Api Ekonomi Penataran jurusan Surabaya-Malang-Blitar.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini yang diambil sebesar 3000 penumpang, hasil tersebut diperoleh dalam waktu sehari karena kereta api Penataran sehari lima kali perjalanan.

Pengambilan sampel yang digunakan *non random sampling*, yakni *purposive sampling* karena responden harus memiliki syarat tertentu untuk bisa dijadikan sampel. dalam penelitian ini syarat untuk bisa dijadikan sampel yaitu:

1. Usia antara 15 - 35 tahun
2. Berjenis kelamin laki-laki dan perempuan remaja atau dewasa
3. Pelanggan yang naik lebih dari 2 kali, dianggap pelanggan

Alasan pemilihan teknik tersebut karena sampel tidak bisa dibedakan secara langsung apakah responden pernah melakukan pembelian atau belum, sehingga pengambilan tidak bisa dilakukan secara acak.

Uji Normalitas

Hasil uji normalitas residual menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov terhadap model regresi linier antara Harga, Keamanan, Kenyamanan, dan Ketepatan Waktu terhadap Keputusan Pembelian diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,398 ($p > 0,05$) sehingga residual mengikuti distribusi normal dan asumsi normalitas terpenuhi.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinearitas

Hasil uji multikolinieritas dengan model regresi linier antara Harga, Keamanan, Kenyamanan, dan Ketepatan Waktu pada Keputusan Pembelian menggunakan uji VIF diperoleh nilai VIF setiap variabel bebas kurang dari 10 sehingga tidak ditemukan masalah multikolinieritas.

2. Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji heteroskedastisitas dengan model regresi linier antara Harga, Keamanan, Kenyamanan, dan Ketepatan Waktu pada Keputusan Pembelian menggunakan grafik Scatter plot diketahui titik-titik plot tersebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu sehingga asumsi heteroskedastisitas terpenuhi.

Uji Hipotesis

1. Uji Simultan

Hasil uji simultan didapatkan nilai F hitung (35,482) lebih dari F tabel (2,471) atau nilai signifikansi (0,000) kurang dari alpha (0,050) menunjukkan pengaruh signifikan pada Harga, Keamanan, Kenyamanan, dan Ketepatan Waktu pada Keputusan Pembelian.

Tabel 2.8 Hasil Uji Simultan

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	124.971	4	31.243	35.482	.000 ^b
Residual	81.008	92	.881		
Total	205.979	96			

Sumber: Data Diolah, 2019

2. Uji Parsial

Uji parsial pada variabel Harga dengan variabel Keputusan Pembelian didapatkan nilai t hitung (2,973) lebih dari t tabel (1,986) atau nilai signifikansi (0,004) kurang dari alpha (0,050) sehingga memiliki pengaruh signifikan pada variabel Harga dengan variabel Keputusan Pembelian.

Uji parsial pada variabel Keamanan dengan variabel Keputusan Pembelian didapatkan nilai t hitung (3,907) lebih dari t tabel (1,986) atau signifikansi (0,000) kurang dari alpha (0,050) sehingga memiliki pengaruh signifikan pada variabel Keamanan dengan variabel Keputusan Pembelian.

Uji parsial pada variabel Kenyamanan dengan variabel Keputusan Pembelian diperoleh nilai t hitung (2,632) lebih besar dari t tabel (1,986) atau signifikansi (0,010) lebih kecil dari alpha (0,050) sehingga memiliki pengaruh signifikan pada variabel Kenyamanan dengan variabel Keputusan Pembelian. Uji parsial pada variabel Ketepatan Waktu dengan variabel Keputusan Pembelian memiliki nilai t hitung (3,693) lebih besar dari t tabel (1,986) atau signifikansi (0,000) lebih kecil dari alpha (0,050) sehingga memiliki pengaruh signifikan pada variabel Ketepatan Waktu dengan variabel Keputusan Pembelian.

Tabel 2.7 Hasil Uji t

Model	t	Sig.
(Constant)	-.428	.670
1 Harga	2.973	.004
Keamanan	3.907	.000
Kenyamanan	2.632	.010
Ketepatan	3.693	.000

Sumber: Data Diolah, 2019

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

1. Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen untuk membeli tiket kereta api Penataran. Hal ini ditunjukkan dengan harga pada variabel keputusan pembelian didapatkan nilai t hitung (2,973) lebih dari t tabel (1,986) atau nilai signifikansi (0,004) kurang dari α (0,050) sehingga terdapat pengaruh signifikan antara variabel harga dengan variabel keputusan pembelian.
2. Keamanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian tiket kereta api Penataran. Hal ini ditunjukkan dengan keamanan pada variabel keputusan pembelian didapatkan nilai t hitung (3,907) lebih dari t tabel (1,986) atau nilai signifikansi (0,000) kurang dari α (0,050) sehingga terdapat pengaruh signifikan antara variabel keamanan terhadap variabel keputusan pembelian.
3. Kenyamanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian tiket kereta api Penataran. Hal ini ditunjukkan dengan kenyamanan terhadap variabel keputusan pembelian didapatkan nilai t hitung (2,632) lebih dari t tabel (1,986) atau nilai signifikansi (0,010) kurang dari α (0,050) sehingga terdapat pengaruh signifikan antara variabel kenyamanan terhadap variabel keputusan pembelian.
4. Ketepatan Waktu berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian tiket kereta api Penataran. Hal ini ditunjukkan dengan ketepatan waktu terhadap variabel keputusan pembelian didapatkan nilai t hitung (3,693) lebih dari t tabel (1,986) atau nilai signifikansi (0,000) kurang dari α (0,050) sehingga terdapat pengaruh signifikan antara variabel ketepatan waktu terhadap variabel keputusan pembelian.

Saran

Berdasarkan simpulan dan keterbatasan penelitian, maka kami menyarankan:

1. Hendaknya harga yang ditetapkan harus dapat dijangkau oleh seluruh segmen konsumen sehingga tidak memberikan penilaian sikap yang berbeda
2. Untuk dapat meningkatkan kenyamanan perusahaan diharapkan untuk meningkatkan kualitas bahan interior, melengkapi interior dan memperbaiki interior supaya konsumen lebih tertarik dan dapat bersaing dengan perusahaan transportasi lain
3. Selanjutnya penulis dapat mengembangkan penelitian ini dengan melakukan pembahasan pada kualitas pelayanan

DAFTAR PUSTAKA

- Adinta, (2014). Dengan judul “*Analisis pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga dan promosi terhadap keputusan pembelian pada jasa transportasi kereta api Argo Muria (Studi Pada PT. Kereta Api Indonesia DAOP IV Semarang)*”. Universitas Diponegoro Semarang.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Metodelogi penelitian*. Yogyakarta: Bina Aksara.

- Augusty, Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ayu dkk, (2013). Dengan judul “*Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan Garuda Indonesia di Denpasar*”. Universitas Udayana Bali.
- Bagus, (2013). Dengan judul “*Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli tiket kereta api Logawa kelas ekonomi AC pada stasiun Jember*”. Universitas Jember.
- Boyd, Harper W, 2000, *Manajemen pemasaran*, Edisi Kedua, Erlangga, jakarta.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P.W. (1995). *Perilaku konsumen*, Edisi keenam Jilid I edisi keenam. Jakarta: Binarupa Aksara
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Edisi Ketujuh*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Herliyana, (2013). Dengan judul “*Pengaruh harga tiket online dan pelayanan terhadap keputusan menggunakan transportasi pesawat terbang Lion Air*”. Universitas Negeri Semarang.
- Iskandar. 2008. *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial (Kuantitatif dan Kualitatif)*. Jakarta: Gaung Persada Press.
- Kotler, Philip, dan Armstrong, 2004, *Dasar-dasar Pemasaran*, Edisi Kesembilan, PT. Indeks, Jakarta.
- Kotler dan Sweet Hoong Ang, et.all. *Manajemen Persfektif Asia. Buku 1. 2005. p 222*.
- Kotler, Philip. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi kedua belas. Jilid 1. Terjemahan oleh Benyamin Molan, 2007. Jakarta:PT Indeks.
- Lamb, Charles W dan Hair, Joseph F, 2001, *Pemasaran*, buku 1, Jakarta, Salemba Empat
- Ghozali, Imam. 2011. “*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*”. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam, 2013. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 21. Edisi 7*, Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Rutoto, Sabar. 2007. *Pengantar Metedologi Penelitian*. FKIP: Universitas Muria Kudus
- Schiffman, L. G, Kanuk, L.L. (1997). *Consumer Behavior 6th edition*. Singapura : Prentice Hall.
- Stanton, William J. 2001. *Prinsip Pemasaran*. Erlangga Jakarta
- Sugiyono, 2007, *Metodologi Penelitian Bisnis*, PT. Gramedia, Jakarta
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: AFABETA, cv.
- Sugiyono.(2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, (2015). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.



Tamin, OZ (1997). *Perencanaan dan permodelan transportasi*, Jurusan Teknik Sipil, Institut Teknologi Bandung.

Tjiptono, Fandy, 2005, *Pemasaran Jasa*, Edisi-1, Banyumedia, Malang-Jakarta Timur

Eva Ruswinda* Adalah Alumni Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unisma

Rois Arifin Adalah Dosen Tetap Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unisma**

A. Agus Priyono* Adalah Dosen Tetap Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unisma**