

**Pengaruh Keamanan, Pelayanan *Sistem Online*, Ketepatan Waktu Dan Tarif
Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Transportasi
Kereta Api Tawang Alun PT. KAI (Persero)**

Tri Setyo Budi Alan *)

Mohammad Rizal **)

M. Tody Arsyianto *)**

Email : 22001081090@unisma.ac.id

Universitas Islam Malang

Abstract

punctuality and tariffs on purchasing decisions for train transportation tickets at PT. Kai (Persero) Tawang Alun. This study approach makes use of a quantitative approach. The people used is users of Tawang Alun train services and 110 respondents were obtained using Malhotra's theory. An online questionnaire serves as a tool for gathering data. The data technique analysis analysis of multiple linear regression. used in conjunction with IBM SPSS Statistics 26. Hypothesis testing uses the F test and t test. According to this report, Security, Online System Services, Punctuality and Tariffs on Buying Choices together possess a substantial influence on purchasing decisions for Tawang Alun Train Transportation Tickets at PT. Kai (Persero). The variables Security, Online System Services, and Punctuality partially influence the purchasing decision for Tawang Alun Train Transportation Tickets at PT. Kai (Persero), while the Tariff variable does not have a significant influence..

Keywords : Security, Online System Services, Punctuality and Rates on Purchasing Decisions

Pendahuluan

Pembelian cara menggunakan media internet adalah keperluan untuk masyarakat akibat dengan perkembangan dunia internet bagi pengguna bisa melakukan banyak keperluan lebih efisien. Guna melaksanakan pekerjaan dan tindakan banyak masyarakat membutuhkan alat kendaraan guna melaju dari suatu *destinasi* sampai suatu tempat yang lainya. Banyaknya peluang dari hadirnya teknologi membuat banyak perusahaan transportasi saat ini bergerak menjadi online karena dapat mempermudah masyarakat dalam melakukan mobilisasi (Kurnianti, 2019).

Menurut Kotler & Amstrong (2016) Sikap perilaku konsumen adalah keputusan bertransaksi, adalah merupakan studi tentang sekelompok, dan sebagian orang memilih, membeli, dan mempergunakan, jasanya untuk pemuas diri. Sedangkan menurut Suharno (2019) keputusan pembelian merupakan fase di mana konsumen membuat keputusan, membeli barang, dan mengonsumsinya.

Tjiptono (2020) menjelaskan keputusan pembelian sebagai proses di mana pembeli mempelajari benda serta *brand* tertentu dan menilai bagusny sebagian pilihan itu dapat memudahkan masalah mereka, yang berikutnya menyebabkan pengguna membuat keputusan.

Dari sudut pandang pelanggan, keamanan berarti perlindungan dan keselamatan pelanggan ketika berkomunikasi dengan pelanggan atau bisnis selama bertransaksi. Keamanan dari pandang Sukma dalam (Husniadi, 2021) beberapa cara yang dilakukan oleh bisnis media *internet* dalam melakukan penjagaan dan kearah keamanan atas *transaksi* yang dilakukan.

Selain keamanan, bisa difikirkan faktor lain dari pelayanan *Sistem Online* yang diterima. Cerminan perlakuan mewujudkan menjelaskan dari kualitas layanan diberi Kai berbanding perkiraan

pemakai karena hasil pelayanan merupakan ukuran keberhasilan dalam memberikan jaminan kepuasan pelanggan (Riyadin, 2019).

Ketepatan waktu adalah waktu dari pelanggan pesan tiket sampai tiket ke pelanggan. Waktu pengiriman adalah waktu sejak barang dipesan oleh pembeli hingga barang diterima oleh pembeli. (Aminah, 2017). Dan juga menurut Effendi (2019) mengatakan bahwa ketepatan waktu adalah ketika pihak yang berkepentingan dapat informasi sebelum mereka tidak dapat membuat keputusan.

Hal ini juga menjadi sebab pemilihan kereta tawang alun sebagai moda transportasi karena tarif yang lumayan murah. Menurut Oktaviasari (2021) adalah tarif dari pelayanan yang ditentukan dengan menghitung jumlah tarif berdasarkan fasilitas. Berdasarkan penjelasan disimpulkan tarif adalah hasil nilai wujud barang atau fasilitas dalam bentuk nilai dan tarif yaitu wujud fasilitas ditentukan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Landasan Teori Dan Pengembangan Hipotesis

Menurut Tjiptono (2020) Konsumen melakukan keputusan pembelian saat mereka mengetahui barang tertentu dan menilai berapa baik masing-masing pilihan dapat menyelesaikan masalah, lalu membuat keputusan

Keamanan menurut Sukma dalam (Husniadi, 2021) beberapa cara yang dilakukan oleh bisnis media *internet* dalam melakukan penjagaan dan kearah keamanan atas *transaksi* yang dilakukan. Menurut (Rahayu & Susanti, 2022) keamanan adalah suatu *sistem* untuk terhindar dari adanya suatu eksploitasi yang diberi oleh beberapa orang yang memanfaatkan secara tidak baik itu yang berada di sekitar adapun keamanan *sistem* data.

Menurut Riyadin (2019) pelayanan *Sistem Online* yang diwujudkan. Hasil pelayanan memberi perbandingan dari perlakuan pelayanan yang dilakukan perusahaan dibanding pikiran konsumen karena kualitas pelayanan merupakan ukuran keberhasilan dalam memberikan jaminan kepuasan pelanggan.

Penjelasan Effendi (2019) mengatakan bahwa ketepatan waktu berarti bahwa informasi harus digunakan oleh pihak yang berkepentingan sebelum mereka kehilangan kemampuan untuk membuat keputusan. Jika informasi tidak digunakan tepat waktu, informasi tersebut dapat menjadi tidak relevan. Pengiriman yang tepat waktu sangatlah penting, karena ketepatan pengiriman tiket kereta merupakan bagian penting dari meningkatkan kepuasan konsumen. waktu pengiriman adalah waktu yang dibutuhkan pelanggan untuk menerima produk dan waktu yang dibutuhkan pelanggan untuk menerimanya (Aminah, 2017).

Dari Panjaitan (2018), tarif adalah sesuatu hal dalam bentuk nilai yang berguna untuk menukar *transaksi* atau nilai yang dibayar oleh konsumen untuk manfaat yang diberikan. Tarif yang lebih tinggi untuk kategori layanan yang lebih tinggi dapat diterima jika diimbangi dengan nilai tambah yang sesuai, seperti kenyamanan dan kemudahan yang lebih baik. Kotler (2009), tarif adalah bagian dari kombinasi promosi sampai menghasilkan pendapatan.

Hubungan Keamanan terhadap Keputusan pembelian

Dari Arifin & Priyono (2019) keamanan punya hubungan bagus penting terhadap keputusan pembelian. Dan sama pada studi Septiani & Suhermin (2022) yang mengatakan Keamanan memiliki pengaruh signifikan pada keputusan pembelian.

Hubungan Pelayanan Sistem Online Terhadap Keputusan Pembelian

Aprianto dan Jalil (2021) bahwa pelayanan *Sistem Online* berpengaruh kepada keputusan pembelian secara positif. Sama dengan riset Afifah (2023) yang mengatakan pelayanan *Sistem Online* berdampak positif signifikan dalam keputusan pembelian.

Hubungan Ketepatan Waktu terhadap Keputusan Pembelian

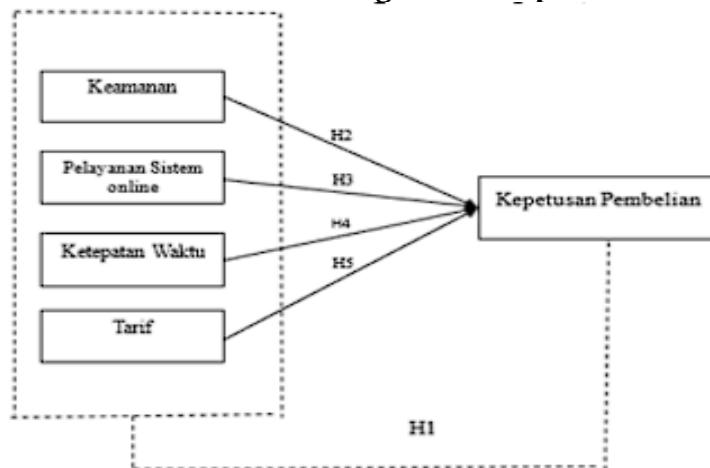
Menurut Effendi (2019) bahwa Ketepatan waktu mempengaruhi keputusan pembelian secara signifikan. Riset Berliana (2022) disitu menggambarkan bahwa Ketepatan waktu dampak baik signifikan dalam keputusan *transaksi* pembelian .

Hubungan Tarif terhadap Keputusan Pembelian

dilakukan Rahma (2021) Maka tarif berdampak tapi tidak penting terhadap keputusan konsumen. Namun beda dari Farid dkk (2024) memberi penjelasan maka tarif dampak positif serta signifikan untuk keputusan *transaksi* pembelian secara parsial.

Kerangka Konseptual

Gambar 1. Kerangka Konseptual



Hipotesis penelitian

- H1 : Diduga Keamanan, Pelayanan *Sistem Online*, Ketepatan Waktu Dan Tarif Berhubungan Simultan Terhadap Keputusan Pembelian Tiket *Train* Tawang Alun.
- H2 : Diduga Keamanan mempengaruhi berkaitan kepada Keputusan Transaksi Tiket Kereta Api Tawang Alun.
- H3 : Diduga, Keputusan untuk membeli tiket Kereta Api Tawang Alun dipengaruhi sebagian oleh layanan sistem online.
- H4 : Diduga Ketepatan dalam Waktu Berpengaruh Parsial Kepada Keputusan Pembelian Tiket *Train* Tawang Alun.
- H5 : Diduga Tarif Berpengaruh Parsial Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta Tawang Alun.

Metode Dalam Penelitian

Jenis, Lokasi dan Waktu

Untuk studi yang dilakukan ini merupakan memakai *explanatory research* pada metode studi kuantitatif. *Explanatory research* merupakan penelitian untuk memberikan keterangan mengenai posisi setiap variabel dan hubungan antar variabel (Sugiyono, 2016). Penelitian ini dilakukan kepada seluruh stasiun yang dilewati kereta api tawang alun. Pelaksanaan penelitian ini dilaksanakan sejak bulan Februari 2023 sampai Juli 2024.

Populasi dan Sampel

Kelompok yang saya gunakan ini merupakan responden telah membeli tiket kereta api tawang alun tidak diketahui jumlahnya dan ditentukan kuantitas sampel dalam studi ini mendasari menggunakan teori (Malhotra, 2006) memberikan total kelompok sampel dihasilkan minimal 4 sampai 10 dalam dari

total indikator yang diteliti. Item maka akan digunakan dalam penelitian ini total 5, dengan indikator jumlah 22 bagian dan berjumlah 110 responden

Metode Analisa data

Analisa data yang digunakan pada studi yang dilakukan adalah uji instrumen, pengujian normalitas, uji asumsi klasik, pengujian uji analisis regresi linear berganda dan pengujian hipotesis dengan menggunakan alat uji SPSS.

Hasil Penelitian Dan Pembahasan Karakteristik Responden

Tabel 1. Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-Laki	76	69%
Perempuan	34	31%
Total	110	100%

Sumber: Data diolah, 2024

hasil tabel 1, hampir semua responden yaitu laki-laki, dengan 76 responden, atau 69% dari total. Dari hal itu, responden perempuan berisi 34 orang atau 31% dari semua responden. Hal ini mungkin mempengaruhi hasil dan interpretasi penelitian, terutama jika terdapat perbedaan preferensi atau perilaku antara laki-laki dan perempuan dalam konteks pembelian tiket kereta api.

Tabel 2. Usia Responden

Usia	Frekuensi	Persentase
19	3	3%
20	8	7%
21	17	15%
22	33	30%
23	13	12%
24	10	9%
25	4	4%
26	4	4%
27	2	2%
28	1	1%
30	6	5%
31	1	1%
32	1	1%
33	1	1%
34	1	1%
35	1	1%
37	1	1%
38	1	1%
39	1	1%
40	1	1%
Total	110	100%

Sumber: Data diolah, 2024

Mayoritas responden berusia antara 19 hingga 40 tahun, dengan paling banyak di antaranya berumur 22 tahun (30%), diikuti oleh usia 21 tahun (15%) dan usia 23 tahun (12%). Responden yang berusia 20 tahun mencakup 7% dari total, sementara usia 19 tahun, 24 tahun, 25 tahun, dan 26 tahun masing-masing memiliki 3-10 responden. Usia di atas 24 tahun tercatat dalam persentase 1-5% dari total responden. Ini menunjukkan dominasi kelompok usia muda di antara pengguna kereta api Tawang Alun dalam penelitian ini.

Tabel 3. Responden Pendidikan

Pendidikan	Frekuensi	Persentase
S1	23	21%
SMA/SMK	87	79%
Total	110	100%

Sumber : Data diolah SPSS, 2024

Mayoritas dari 110 responden studi ini mempunyai pendidikan Sekolah Menengah Atas, berjumlah 87 orang (79%). Sisanya, sebanyak 23 orang (21%), memiliki pendidikan S1. Data ini menunjukkan bahwa mayoritas pengguna kereta api Tawang Alun yang berpartisipasi adalah lulusan SMA/SMK. Hal ini mencerminkan preferensi dan perilaku pembelian tiket kereta api di kalangan

mereka. Analisis lebih lanjut perlu mempertimbangkan pengaruh tingkat pendidikan terhadap persepsi dan keputusan pembelian tiket kereta api.

Hasil Penelitian

Tabel 4. Uji Validitas

Variabel	Item Variabel	Pearson Correlation	R Tabel	Keterangan
Keputusan pembelian (Y)	Y1	0,780	0,1874	Valid
	Y2	0,828	0,1874	Valid
	Y3	0,769	0,1874	Valid
	Y4	0,769	0,1874	Valid
	Y5	0,770	0,1874	Valid
	Y6	0,763	0,1874	Valid
Keamanan	X1.1	0,713	0,1874	Valid
	X1.2	0,705	0,1874	Valid
	X1.3	0,735	0,1874	Valid
	X1.4	0,804	0,1874	Valid
	X1.5	0,808	0,1874	Valid
	X2.1	0,859	0,1874	Valid
Pelayanan Sistem Online	X2.2	0,855	0,1874	Valid
	X2.3	0,822	0,1874	Valid
	X2.4	0,831	0,1874	Valid
	X2.5	0,836	0,1874	Valid
	X3.1	0,795	0,1874	Valid
	X3.2	0,813	0,1874	Valid
Ketepatan Waktu	X3.3	0,749	0,1874	Valid
	X4.1	0,694	0,1874	Valid
	X4.2	0,826	0,1874	Valid
Tarif	X4.3	0,714	0,1874	Valid

Sumber : Data diolah SPSS, 2024

Melalui tabel 4 diketahui maka peritem dijelaskan r tabel kurang dari r hitung, yaitu 0,1874, sehingga masing-masing dapat disimpulkan benar.

Tabel 5. Uji Reliabilitas

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Standar Nilai	Keterangan
Keputusan Pembelian	0,810	0,60	Reliable
Keamanan	0,895	0,60	Reliable
Pelayanan Sistem Online	0,691	0,60	Reliable
Ketepatan Waktu	0,611	0,60	Reliable
Tarif	0,870	0,60	Reliable

Sumber: Data diolah SPSS, 2024

Pada tabel 5 mendapatkan nilai dari *Cronbach's Alpha* Item pernyataan dari setiap variabel melebihi 0,60 jadi variabel dinyatakan reliabel.

Tabel 6. Uji Reliabilitas

		Unstandardized Residual
N		110
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.54730787
Most Extreme Differences	Absolute	.092
	Positive	.067
	Negative	-.092
Test Statistic		.092
Asymp. Sig. (2-tailed)		.023 ^c

Sumber : data diolah spss, 2024

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Pada tabel 6 hasil uji tersebut mendapati nilai *Asymp. Sig* 0,023 yang berarti berjumlah > 0,05. Menjadikan memberikan data tersebut berdistribusi dengan normal.

Tabel 7. Multikolieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Keamanan (X1)	0,324	3.084	Bebas Multikolinearitas
Pelayanan Sistem Online (X2)	0,245	4.079	Bebas Multikolinearitas
Ketepatan waktu (X3)	0,361	2.770	Bebas Multikolinearitas
Tarif (X4)	0,192	5.200	Bebas Multikolinearitas

Sumber: Data diolah spss, 2024

Melalui tabel 7. hasil dari multikolinearitas mendapatkan *tolerance* dari seluruh variabel > 0,10. Sedangkan nilai VIF < 10. Bisa dijelaskan total keempat variabel tidak adanya gejala multikolinieritas.

Tabel 8. Uji Heteroskedaditas

Variabel	Nilai sig.	Nilai Acuan sig.	Keterangan
Keamanan (X1)	0,895	0,05	Bebas heteroskedastisitas
Pelayanan Sistem Online (X2)	0,216	0,05	Bebas heteroskedastisitas
Ketepatan waktu (X3)	0,752	0,05	Bebas heteroskedastisitas
Tarif (X4)	0,996	0,05	Bebas heteroskedastisitas

Sumber: Data diolah SPSS, 2024

Berdasarkan tabel 8, semua variabel punya jumlah sig > 0,05. Bisa disimpulkan bahwa seluruh variabel independen tersebut tidak adanya masalah heteroskedastisitas.

Tabel 9. Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.430	1.589		.900	.370
	X1	.440	.107	.352	4.120	.000
	X2	.338	.100	.333	3.391	.001
	X3	.862	.172	.406	5.019	.000
	X4	-.255	.228	-.124	-1.122	.264

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data diolah SPSS, 2024

Berdasarkan tabel 9. Dapat data persamaan model regresi linier berganda sebagai ini:

$$Y = 1.430 + 0,440X1 + 0,338X2 + 0,862X3 + 0,255X4 + e$$

- 1.430 adalah hasil dari nilai konstanta, disitu jika semua variabel independen diasumsikan bernilai 0, maka nilai dari keputusan pembelian adalah 1.430.
- Nilai koefisien variabel keamanan (X1) sebesar 0,440 sehingga dapat diartikan bahwa memiliki hubungan positif dengan (Y). Jika nilai keamanan naik, maka nilai keputusan *transaksi* akan melonjak.
- Nilai koefisien variabel pelayanan Sistem Online (X2) sebesar 0,338 sehingga dapat disimpulkan bahwa hubungannya dengan keputusan pembelian positif. Jika nilai pelayanan Sistem Online Jika nilai keputusan pembelian tumbuh, nilainya akan meningkat juga.
- Nilai ketepatan waktu jumlah 0,826 sehingga dapat diartikan bahwa memiliki hubungan positif dengan keputusan pembelian. Jika nilai ketepatan waktu naik, maka jumlah keputusan *transaksi* akan mengalami meningkat.
- Nilai koefisien variabel tarif (X4) sebesar - 0,255 sehingga dapat disimpulkan bahwa memiliki kaitan negatif maka keputusan jual beli. Jika nilai Tarif naik, maka jumlah keputusan pembelian akan mengalami penurunan sebesar – 0,255.

Tabel 10. Uji F

ANOVA						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	790.355	4	197.589	79.501	.000 ^b
	Residual	260.964	105	2.485		
	Total	1051.318	109			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X4, X1, X3, X2

Sumber: Data diolah SPSS, 2024

Pada tabel perjumlahan uji F mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,000 kurang dari 0,05. Oleh karena itu semua variabel terikat mempengaruhi variabel bebas secara simultan.

Tabel 11. Uji T

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.430	1.589		.900
	X1	.440	.107	.352	4.120
	X2	.338	.100	.333	3.391
	X3	.862	.172	.406	5.019
	X4	-.255	.228	-.124	-1.122

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data diolah SPSS, 2024

Sumber: Data diolah SPSS, 2024

Berdasarkan tabel 11. diatas dapat diketahui bahwa:

- Pada variabel keamanan (X1) memiliki nilai signifikan nilai $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $> t$ tabel. Memberikan bahwa variabel keamanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
- Pada variabel pelayanan *Sistem Online* (X2) memiliki nilai signifikan nilai $0,001 < 0,05$ dan nilai t hitung $> t$ tabel. Sehingga dapat menjelaskan bahwa variabel pelayanan *Sistem Online* berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
- Pada variabel ketepatan waktu (X3) memiliki signifikan $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $> t$ tabel. Sehingga berpengaruh ketepatan waktu terhadap keputusan pembelian
- variabel tarif (X4) memiliki angka signifikan $0,264 > 0,05$ dari nilai t hitung $< t$ tabel. Menjadikan dijelaskan bisa variabel tarif tidak berdampak untuk keputusan pembelian.

Tabel 12. Hasil Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.867 ^a	.752	.742	1.577

a. Predictors: (Constant), X4, X1, X3, X2

Sumber: Data diolah SPSS, 2024

Melalui hasil tabel 12, menunjukkan hasil (Adjusted R Square) berjumlah 0,742 dan juga bisa dikatakan 74,2%, yang artinya bahwa faktor independen mempengaruhi variabel terikat 74,2% dan sebesar 25,8% adalah diberikan oleh variabel eksternal belum dibahas tidak ada di studi.

Implikasi Dalam Hasil Penelitian

Pengaruh Dari Keamanan , Pelayanan *Sistem Online* , Ketepatan Dalam Waktu Dan Tarif Kepada keputusan pembelian Tiket *Train Tawang Alun*

Dari hasil studi ini variabel Pengaruh Keamanan, Pelayanan Sistem melalui Internet, Ketepatan Waktu dan Tarif berhubungan secara bersamaan terhadap Keputusan transaksi calon penumpang Tiket KAI Tawang Alun. Pada hasil uji F menunjukkan nilai signifikansi maka Semua variabel independen memengaruhi variabel terikat maka koefisien determinasi menghasilkan pengaruh variabel indepen terhadap variabel dependen dan sisanya diikuti itu variabel lain yang bukan diketahui dalam studi ini.

Pengaruh Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian

Menurut temuan penelitian ini, faktor-faktor yang berkaitan dengan keamanan memiliki dampak berpengaruh kepada keputusan pelanggan yang bertransaksi tiket Kereta Api. Tawang Alun yang dilihat melalui uji t berlanjut nilai signifikansi. Jika berdasarkan distribusi jawaban responden mengenai keamanan menunjukkan bahwa indikator saya membeli tiket Kereta Tawang Alun karena ada jaminan ketika pembatalan keberangkatan melalui *transaksi online* memiliki nilai rata-rata paling tinggi, yang artinya dimana konsumen pembeli tiket kereta api merasa aman bertransaksi ketika adanya jaminan melakukan pembatalan tiket melalui media online. Dengan adanya sikap atau perilaku merasa aman bertransaksi adanya jaminan merupakan hal penting keamanan terhadap keputusan

pembelian.

Hasil penelitian sama dengan penelitian Arifin & Priyono (2019) bahwa keamanan punya pengaruh penting untuk keputusan pembelian. Untuk studi Septiani & Suhermin (2022) ini menjelaskan bahwa Keamanan punya dampak penting.

Pengaruh Pelayanan Sistem Online Terhadap Keputusan Pembelian

Studi ini faktor berpengaruh pada keputusan transaksi Kai Tawang Alun yang ditunjukkan melalui uji t dengan nilai signifikansi. Jika berdasarkan distribusi jawaban responden mengenai pelayanan *Sistem Online* menunjukkan bahwa indikator pelayanan *Sistem Online* memiliki nilai rata-rata paling tinggi, yang artinya bahwa konsumen atau pembeli tiket Kereta Api Tawang Alun mengambil keputusan pembelian dikarenakan pengguna jasa merasa dan menilai pelayanan *Sistem Online* yang dilakukan PT. KAI saat dilakukan dengan baik..

Untuk ini sama dengan penelitian yang dilaksanakan Aprianto dan Jalil (2021) bahwa pelayanan *Sistem Online* memengaruhi keputusan pembelian, ini juga berlaku untuk penelitian Afifah (2023) yang menyatakan bahwa layanan Sistem Online memberikan dampak positif yang signifikan terhadap hasil transaksi.

Pengaruh Ketepatan dalam Waktu Terhadap Keputusan Pembelian

Dasar pada studi ini faktor ketepatan dalam waktu sangat penting terhadap keputusan pembelian tiket kereta api Tawang Alun yang digambarkan melalui uji t dilanjutkan nilai signifikansi. Jika berdasarkan distribusi jawaban responden mengenai ketepatan waktu menunjukkan bahwa indikator ketepatan waktu memiliki nilai rata-rata paling tinggi, yang artinya bahwa konsumen atau pembeli tiket Kereta Api Tawang Alun mengambil keputusan pembelian dikarenakan ketepatan waktu kereta api Tawang Alun ketika memulai perjalanan dan sampai tempat tujuan dilakukan PT KAI Kereta Api Tawang Alun dilakukan dengan sangat baik sesuai dengan jadwal.

Sehingga penumpang atau konsumen merasa puas setelah membeli tiket kereta api Tawang Alun tersebut. Penemuan penelitian ini konsisten dengan temuan studi sebelumnya Arifin dan Priyono (2019) faktor pelayanan *Sistem Online* berhubungan penting. Sama halnya pada penelitian Berliana (2022) yang menunjukkan bahwa pelayanan *Sistem Online* sangat penting.

Pengaruh Tarif Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan studi ini tarif tidak hubungan positif dan terlalu penting untuk kereta api Tawang Alun yang ditunjukkan melalui uji t dengan nilai signifikansi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengujian ini membuktikan tarif (X4) secara parsial tidak terkait signifikan pada keputusan transaksi (Y). Jika berdasarkan distribusi jawaban responden mengenai tarif menunjukkan bahwa indikator tarif memiliki nilai rata-rata tinggi, artinya konsumen atau pengguna jasa melakukan perjalanan menggunakan Kereta Api Tawang Alun. Namun, tarif tidak dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Tarif tiket kereta api bukan menjadi pertimbangan pertama untuk membuat keputusan bertransaksi karena beberapa penumpang lebih memprioritaskan kenyamanan, waktu perjalanan, dan keandalan layanan. Segmen pasar tertentu, seperti pelancong bisnis atau mereka yang bepergian untuk keperluan mendesak, cenderung kurang sensitif terhadap harga dan lebih fokus pada aspek lain yang meningkatkan pengalaman perjalanan. Selain itu, rute yang terbatas dengan sedikit alternatif transportasi membuat penumpang tidak memiliki banyak pilihan, meskipun tarifnya tinggi. Jadi, memilih untuk membeli tiket Kereta Api Tawang Alun dalam penelitian ini tidak dipengaruhi tarif.

Di penelitian ini tidak sama dengan penelitian dilaksanakan Rahma (2021) maka tarif pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan dalam pembelian. Namun pada juga tidak sejalan dengan studi Farid dan Irawati (2024) yang menjelaskan bahwa tarif berpengaruh baik dan signifikan pada keputusan dalam pembelian secara parsial.

Kesimpulan, Keterbatasan serta Saran Dalam Penelitian

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dijelaskan bahwa:

- Keamanan, pelayanan *Sistem Online*, ketepatan waktu dan tarif dapat mendorong keputusan pembelian tiket Kereta Api Tawang Alun.
- Keamanan dapat mendorong keputusan transaksi tiket Kereta Api Tawang Alun.
- Pelayanan Sistem melalui Internet dapat mendorong Transaksi kai Tawang Alun.
- Ketepatan waktu dapat mendorong keputusan pembelian Tiket Kereta Api Tawang Alun.
- Tarif tidak dapat mendorong keputusan pembelian tiket Kereta Api Tawang Alun.

Keterbatasan

- Di Karena studi ini hanya menganalisis faktor-faktor berikut sebagai penentu keputusan pembelian keamanan, layanan sistem online, ketepatan waktu, dan tarif, masih banyak fator lain selain itu.
- Studi ini keterbatasan pada pengguna jasa Kereta Api Tawang Alun yang pernah melakukan pembelian lebih dari 2 kali dengan jumlah sampel yaitu 110 responden
- Penelitian ini hanya memilih objek penelitian pada *Transaksi Train* Tawang Alun.

Saran

Bagi Praktisi, dikarenakan Berdasarkan hasil pembahasan uji koefisien determinasi diperoleh persentase variabel keamanan, pelayanan *Sistem Online*, ketepatan waktu dan tarif menjelaskan keputusan pembelian sebesar 74,2%. Sehingga Untuk studi setelahnya, dapat ditambahkan faktor tambahan belum studi ini. Diharapkan jumlah populasi dan responden dapat ditingkatkan tanpa batasan. hanya pada pengguna jasa Kereta Api Tawang Alun secara general sehingga dapat menghasilkan nilai yang lebih baik

jika Kai dapat mempertimbangkan begitu juga memperhatikan beberapa variabel yang disebutkan dalam disini, mereka dapat mempertahankan bisa meningkatkan variabel keamanan, pelayanan *Sistem Online*, ketepatan waktu dan tarif. Sesuatu dipersiapkan diperhatikan oleh perusahaan yaitu variabel keamanan, pelayanan *Sistem Online*, ketepatan waktu dan tarif. Berdasarkan hasil penelitian ini, tarif tidak dapat mendorong pelanggan untuk membuat hasil transaksi atau pengguna jasa .Maka itu, maskapai harus meningkatkan sesuatu bisa mendorong menaikkan penjualan, contoh promosi dan diskon.

Referensi

- Da Cruz, A. (2018). *Analisis Biaya Pemilihan Moda Transportasi Untuk Perjalanan Menuju Kampus (Studi Kasus: Kota Dili, Timor-Leste)* (Doctoral Dissertation, Uajy).
- Wahyuni, A. T., & Rachmawati, R. (2019). Moda Transportasi Angkutan Kota Berbasis Teknologi Informasi Komunikasi. *Jurnal Manajemen Transportasi & Logistik*, 6(2), 147-162.
- Oktaviasari, N., & Rachma, N. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Tarif Dan Ketepatan Waktu Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Penumpang Kereta Api Tawang Alun Jurusan Malang-Banyuwangi Di Stasiun Kota Malang). *E-Jrm: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 8(05).
- Kai, P. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Dan Ketepatan Waktu Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Kai Daop Iv Stasiun Poncol Semarang Muhlidin* Institut Teknologi Statistika Dan Bisnis Muhammadiyah Semarang.
- Iskandar, D., & Nasution, M. I. B. (2019, October). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Online Shop* Lazada (Studi Kasus Pada Mahasiswa/I Feb Umsu). In *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan* (Vol. 1, No. 1, Pp. 128-137).

- Apriyadi, D. (2017). Analisis Pengaruh Ketepatan Waktu, Fasilitas Dan Tarif Tiket Terhadap Kepuasan Penumpang Kereta Api Di Stasiun Purwosari. *Magistra*, 29(99).
- Khairunnisa, L., Mursito, B., & Sarsono, S. (2021, June). Kepuasan Pelanggan Ditinjau Dari Kenyamanan, Keamanan Dan Ketepatan Waktu Pada Stasiun Purwosari Surakarta. In *Forum Ekonomi* (Vol. 23, No. 2, Pp. 194-198).
- Ruswinda, E., Arifin, R., & Priyono, A. A. (2019). Pengaruh Faktor Tarif, 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). *E-Jrm: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 8(07).
- Prilano, K., Sudarso, A., & Fajrillah, F. (2020). Pengaruh Tarif, Keamanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Lazada. *Journal Of Business And Economics Research (Jbe)*, 1(1), 1-10.
- Baskara, I. P., & Hariyadi, G. T. (2014). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan ,Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Akan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Jejaring Sosial. *Studi Pada Mahasiswa Di Kota Semarang, Universitas Dian Nuswantoro, Semarang*, 1-15.
- Dewantoro, D., Aryani, L., & Marzuki, F. (2020, November). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman Dan Fasilitas Tracking Sistem Terhadap Kepuasan Pelanggan Jne. In *Prosiding Biema (Business Management, Economic, And Accounting National Seminar)* (Vol. 1, Pp. 278-293).
- Sakti, B. J., & Mahfudz, M. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada J&T Express Kota Semarang). *Diponegoro Journal Of Management*, 7(4), 137-144.
- Oktaviasari, N., & Rachma, N. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Tarif Dan Ketepatan Waktu Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Penumpang Kereta Api Tawang Alun Jurusan Malang-Banyuwangi Di Stasiun Kota Malang). *E-Jrm: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 8(05).
- Sakti, B. J., & Mahfudz, M. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada J&T Express Kota Semarang). *Diponegoro Journal Of Management*, 7(4), 137-144.
- Aprianto, A. A., & Jalil, M. (2021). Pengaruh Pelayanan Sistem Online, Tarif, Dan Publikasi Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Reservasi Tiket Kereta Api Kaligung Di Stasiun Tegal. *Konsentrasi: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1(2), 65-74.
- Septiani, A. T., & Suhermin, S. (2022). Pengaruh Tarif, Keamanan, Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (Jirm)*, 11(11).
- Munir, R. F. (2018). Pengaruh Pelayanan Sistem Online, Tarif, Dan Publikasi Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Online (Survei Pada Konsumen Air Asia Di Yogyakarta) (Doctoral Dissertation, Upn" Veteran" Yogyakarta)

Tri Setyo Budi Alan*) Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNISMA

Mohammad Rizal)** Dosen Tetap Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNISMA

M. Tody Arsyianto*)** Dosen Tetap Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNISMA