



SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEMUDAHAN
PENGUNAAN TERHADAP PEMBELIAN ULANG
TIKET KERETA API PADA APLIKASI KAI ACCESS**

Oleh:

**NAMA : ROSSI ANISA PUTRI
NIM : 21070059
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATRA BARAT
2025**



SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEMUDAHAN
PENGUNAAN TERHADAP PEMBELIAN ULANG
TIKET KERETA API PADA APLIKASI KAI ACCESS

Oleh:

NAMA : ROSSI ANISA PUTRI
NIM : 21070059
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN

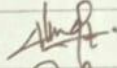


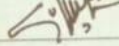
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATRA BARAT
2025

PENGESAHAN

Dinyatakan lulus setelah dipertahankan di depan tim penguji skripsi pada tanggal 17 Februari 2025.

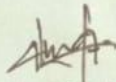
Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kemudahan
Penggunaan Terhadap Pembelian Ulang Tiket Kereta Api
Pada Aplikasi KAI *Access*
Nama : Rossi Anisa Putri
Nim : 21070059
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi

TIM PENGUJI

No.	Nama	Jabatan	Tanda Tangan
1.	Nurhaida, S.E, M.M	Ketua	
2.	Raftul Fedri, S.E, M.M	Anggota	
3.	Dr. Tri Irfya Indrayani, M.Pd	Anggota	
4.	Usmiar, S.E, M.Si	Anggota	

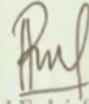
Disetujui oleh:

Pembimbing I



Nurhaida, S.E, M.M

Pembimbing II



Raftul Fedri, S.E, M.M

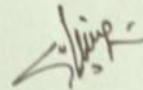
Diketahui oleh:

Dekan Fakultas Ekonomi



Immu Puteri Sari, S.E, M.Si

Ketua Prodi Manajemen



Usmiar, S.E, M.Si

HAK CIPTA

Hak cipta milik **ROSSI ANISA PUTRI** tahun 2025, dilindungi oleh undang-undang, yaitu dilarang mengutip atau memperbanyak tanpa izin tertulis dari Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat, sebagian atau keseluruhannya dalam bentuk apapun, baik cetak, *copy*, atau *micro film* dan lain sebagainya.

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rossi Anisa Putri
NIM : 21070059
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi

Menyatakan bahwa:

Sesungguhnya skripsi ini benar-benar karya saya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali sebagai acuan ataupun kutipan dengan mengikuti karya ilmiah yang lazim.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada pemaksaan dari pihak manapun.

Padang, 17 Februari 2025
Yang menyatakan



Rossi Anisa Putri
21070059

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “ **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kemudahan Penggunaan terhadap Pembelian Ulang tiket kereta api pada Aplikasi KAI Acces**”. Penelitian skripsi ini guna untuk melengkapi persyaratan akademik untuk memperoleh gelar sarjana manajemen fakultas ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatra Barat.

Peneliti telah mencurahkan segenap kemampuan, tenaga, pikiran dan waktu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini, terlepas dari hal tersebut peneliti menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna baik dalam segi materi maupun pembahasan. Hal ini disebabkan karena keterbatasan pengalaman, kemampuan serta pengetahuan yang peneliti miliki, namun inilah pencapaian maksimal yang peneliti berikan. Disamping ini juga, peneliti menyadari bahwa terselesainya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan pihak-pihak yang sukarela memberikan masukan, bantuan, nasehat, motivasi, petunjuk, dan doa dari berbagai banyak pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Allah SWT, atas segala anugrah, hidayah yang diberikan dalam berbagai bentuk dari segi kesehatan, kekuatan, kesabaran, dan ketenangan peneliti dalam menyelesaikan skripsi, serta Nabi Muhammad SAW yang telah menjadi pedoman hidup bagi umatnya.
2. Kepada kedua orang tuaku Ayah dan amak. Beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan sampai bangku perkuliahan, namun

beliau selalu bekerja keras, mendidik, memberikan motivasi dukungan, semangat, serta doa yang selalu mengiring langkah penulis sehingga peneliti bisa menyelesaikan studi.

3. Ibu Nurhaida, SE, MM dan Bapak Raftul Fedri, SE, MM selaku dosen pembimbing 1 dan pembimbing 2 yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dalam membimbing penyusunan skripsi ini dengan sabar dalam pembuatan skripsi ini.
4. Ibu Dr. Tri Irfa Indrayani, M.Pd dan Ibu Usmiar, SE, M.Si selaku penguji yang telah memberikan saran, masukan, dan pertanyaan-pertanyaan yang membantu peneliti dalam menyempurnakan penelitian ini.
5. Ibu Usmiar, SE, M.Si selaku Kaprodi Manajemen Fakultas Ekonomi, yang telah memberikan saran dan semangat peneliti dalam proses belajar.
6. Ibu Immu Puteri Sari, SE, M.Si sebagai Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatra Barat.
7. Seluruh Dosen beserta Staf Universitas Muhammadiyah Sumatra Barat yang telah memberikan informasi yang bermanfaat dan membantu peneliti dalam proses belajar.
8. Kepada Pimpinan perusahaan Kereta Api Vice President Divisi Regional II Sumatera Barat, khususnya pada bagian dokumen, Divisi pelayanan pelanggan dan SDM yang telah membantu peneliti dalam memberikan data untuk skripsi ini.

9. Kepada kakakku dan Abangku, yang telah memberikan semangat, motivasi dan serta memberikan bantuan bagi peneliti baik itu dari segi material, dukungan, dan doa untuk peneliti dalam menyelesaikan studi.

10. Rekan-rekan mahasiswa terutamanya dari program studi manajemen bp 21 yang sudah memberikan dukungan dan kerjasamanya kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

Pada dasarnya skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, untuk itu peneliti sangat berharap saran dan kritikan yang bersifat membangun untuk hasil yang lebih baik. Akhir kata semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan pedoman bagi peneliti selanjutnya.

Padang, 24 Januari 2025



Rossi Anisa Putri
21070059

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEMUDAHAN
PENGUNAAN TERHADAP PEMBELIAN ULANG TIKET KERETA API
PADA APLIKASI KAI ACCES**

ROSSI ANISA PUTRI
NIM : 21070059
Program Studi : Manajemen
Gmail : rossianisaputri73@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kemudahan penggunaan terhadap pembelian ulang tiket kereta api pada aplikasi KAI *Access* bagi pelanggan kereta api Pariaman Ekpress. Sampel penelitian ini terdiri dari 100 responden dengan menggunakan metode pengumpulan data secara *Accidental Sampling*. Analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan uji hipotesis uji t dan uji F. Dari uji t menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap pembelian ulang tiket kereta api karena nilai t_{hitung} sebesar $3,315 > t_{tabel}$ 1,661. Sementara itu, Kemudahan Penggunaan tidak berpengaruh terhadap pembelian ulang tiket kereta api karena nilai t_{hitung} $0,970 < 1,661$. Dan Pada hasil uji F secara bersama-sama kualitas pelayanan dan kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap pembelian ulang tiket kereta api pada aplikasi KAI *Access* dengan nilai F_{hitung} sebesar 31,064 lebih besar dari F_{tabel} sebesar 3,09. Sedangkan koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh sebesar 39%, sementara sisanya 61% yang dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kemudahan Penggunaan, dan Pembelian Ulang

***THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY AND EASE OF
USE ON REPURCHASING TRAIN TICKETS ON THE KAI ACCESS
APPLICATION***

ROSSI ANISA PUTRI
NIM : 21070059
Program Studi : Manajemen
Gmail : rossianisaputri73@gmail.com

ABSTRACT

This research aims to determine the effect of service quality and ease of use on repurchasing train tickets on the KAI Access application for Pariaman Ekpress train customers. This research sample consisted of 100 respondents using the Accidental Sampling data collection method. The analysis used is multiple linear regression analysis with hypothesis testing t test and F test. The results of the first discussion show that Service Quality has an effect on repurchasing train tickets because the t value is $3.315 > t$ table 1.661 . Meanwhile, Ease of Use has no effect on repurchasing train tickets because the t value is $0.970 < 1.661$. And in the results of the F test, service quality and ease of use together influence the repurchase of train tickets on the KAI Access application with an F count value of 31.064 which is greater than the F table of 3.09 . Meanwhile, the coefficient of determination (R^2) obtained was 39% , while the remaining 61% was influenced by other factors not included in this research model.

Keywords: Service Quality, Ease of Use, and Repurchase

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1. Konsep Teoritis.....	9
2.1.1. Pembelian Ulang.....	9
2.1.2. Kualitas Pelayanan.....	14
2.1.3. Kemudahan Penggunaan.....	18
2.2. Penelitian Terdahulu.....	22
2.3. Kerangka Konseptual.....	24
2.4. Hipotesis.....	25
BAB III METODE PENELITIAN	26
3.1. Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian.....	26
3.2. Populasi dan Sampel.....	26
3.3. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	27
3.4. Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.5. Teknik Analisis Data.....	31
3.5.4. Uji Asumsi Klasik.....	35
3.5.5 Uji Hipotesa.....	37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	41
4.1. Hasil Penelitian.....	41
4.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan.....	41

4.1.2. Lokasi Perusahaan.....	44
4.1.3. Visi dan Misi Perusahaan	45
4.1.4. Struktur Organisasi Perusahaan	46
4.2. Hasil Penelitian Dan Pembahasan	47
4.2.1. Deskriptif Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
4.2.2. Deskriptif Data Responden Berdasarkan Pekerjaan	47
4.2.3. Uji Validitas	48
4.2.4. Uji Reliabilitas	50
4.3. Tingkat Capaian Responden (TCR)	50
4.3.1. Distribusi Pendapatan Responden Variabel Pembelian Ulang (Y)	50
4.3.2. Distribusi Pendapatan Responden Mengenai Variabel Kualitas Pelayanan (X_1).....	52
4.3.3. Distribusi Pendapatan Responden Mengenai Variabel Kemudahan Penggunaan (X_2).....	53
4.4. Analisa Regresi Linier Berganda	55
4.5. Uji Asumsi Klasik	56
4.5.1. Uji Normalitas.....	56
4.5.2. Uji Multikolinearitas	57
4.5.3. Heteroskedastisitas	58
4.5.4. Uji Autokorelasi.....	59
4.6 Uji Hipotesis.....	60
4.6.1. Uji Parsial (t).....	60
4.6.2. Uji Simultan (F)	61
4.6.3. Koefisien Determinasi (R^2)	61
4.7. Pembahasan.....	62
4.7.1. Interpretasi Persamaan Regresi Linier Berganda	62
4.7.2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Pembelian Ulang Tiket Kereta Api Pada Aplikasi KAI <i>Access</i>	63
4.7.3. Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Pembelian Ulang Tiket Kereta Api Pada Aplikasi KAI <i>Access</i>	65
4.7.4. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Pembelian Ulang Tiket Kereta Api Pada Aplikasi KAI <i>Access</i>	66

4.7.5. Determinasi Kualitas Pelayanan dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Pembelian Ulang Tiket Kereta Api Pada Aplikasi KAI Access	67
--	----

BAB V PENUTUP	68
5.1. Kesimpulan	68
5.2. Saran	69
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN	74

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1. Jumlah Pengguna Kereta Api Januari-Oktober 2024.....	5
Tabel 2. 1. Penelitian Terdahulu.....	22
Tabel 3. 1. Definisi Operasional.....	27
Tabel 3. 2. Skala Liker.....	29
Tabel 3. 3. Tingkat Pencapaian Responden (TCR).....	34
Tabel 4. 1. Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
Tabel 4. 2. Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	47
Tabel 4. 3. Uji Validitas.....	48
Tabel 4. 4. Uji Reabilitas.....	50
Tabel 4. 5. Tabulasi Data Responden Variabel Pembelian Ulang (Y).....	50
Tabel 4. 6. Tabulasi Data Responden Variabel Kualitas Pelayanan (X1).....	52
Tabel 4. 7. Tabulasi Data Responden Variabel Kemudahan Penggunaan (X2)....	54
Tabel 4. 8. Hasil Regresi Linier Berganda.....	55
Tabel 4. 9. Hasil Uji Normalitas.....	56
Tabel 4. 10. Uji Multikolineritas.....	57
Tabel 4. 11. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	58
Tabel 4. 12. Hasil Uji Autokorelasi.....	59
Tabel 4. 13. Hasil Regresi Linier Berganda.....	60
Tabel 4. 14. Hasil Regresi Linier Berganda.....	61
Tabel 4. 15. Hasil Regresi Linier Berganda.....	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Aplikasi KAI <i>Access</i>	4
Gambar 1. 2. Observasi Awal.....	6
Gambar 2. 2. Kerangka Konseptual.....	25
Gambar 4. 1. Peta Lokasi	45
Gambar 4. 2. Struktur Organisasi PT. KAI Driver II Sumbar.....	46

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Era digital saat ini telah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat. Perkembangan teknologi di era digital semakin meningkat menyebabkan masyarakat cenderung lebih mengenal teknologi. Salah satu alasan mengapa teknologi saat ini sangat populer adalah karena adanya internet yang menawarkan berbagai macam layanan untuk memenuhi kebutuhan individu di seluruh dunia. Setiap orang dapat membaca, mengakses forum, dan berpartisipasi dalam obrolan online, termasuk pelayanan dalam dunia bisnis kini dikembangkan dengan teknologi dan penggunaan internet.

Kualitas pelayanan dan kemudahan penggunaan aplikasi menjadi salah satu yang dinilai mudah oleh para konsumen atau masyarakat ketika menggunakan Aplikasi *Access by KAI*, dengan era yang sudah serba digital ini aplikasi bertujuan untuk memudahkan konsumen dalam melakukan pemesanan tiket dan pembayaran yang bersifat *non cash*.

Dan sudah banyak aplikasi-aplikasi yang diluncurkan guna mempermudah dan memfasilitasi kebutuhan masyarakat Indonesia, PT. Kereta Api Indonesia (Persero) juga meluncurkan aplikasi yang bernama *KAI Access* pada tanggal 4 September 2014 yang kemudian pada tanggal 10 Agustus 2023 PT. KAI menggelar *Grand Launching* aplikasi *Access by KAI* yang merupakan peningkatan kinerja dari aplikasi pemesanan tiket kereta api sebelumnya.

Pada saat ini pengguna tidak perlu datang langsung ke loket reservasi di stasiun untuk memesan tiket kereta api. Untuk memenuhi harapan pelanggan, PT. Kereta Api Indonesia (Persero) terus berinovasi dengan menyediakan berbagai fitur terbaru melalui aplikasi KAI *Access*, yang meliputi penjualan tiket (KA antar kota, KA lokal dan KA Bandara), pembatalan tiket, perubahan jadwal, mengecek kode *booking* tiket, *electronic boarding pass*, *track* posisi KA yang ingin dinaiki, informasi mengenai promosi, *history* pemesanan tiket, serta pemesanan layanan tes covid-19 menggunakan *genose*. Aplikasi ini juga menyediakan sistem dan fasilitas pemesanan yang terintegrasi, memberikan layanan yang memudahkan dan memastikan kenyamanan bagi pelanggan. Semua ini merupakan upaya untuk menjadikan KAI sebagai pilihan transportasi terbaik di Indonesia. Fenomena ini terjadi tak luput dari adanya perilaku konsumen PT KAI itu sendiri dalam memanfaatkan aplikasi KAI *Access* yang sudah ada (Rifkha & Ayub, 2021).

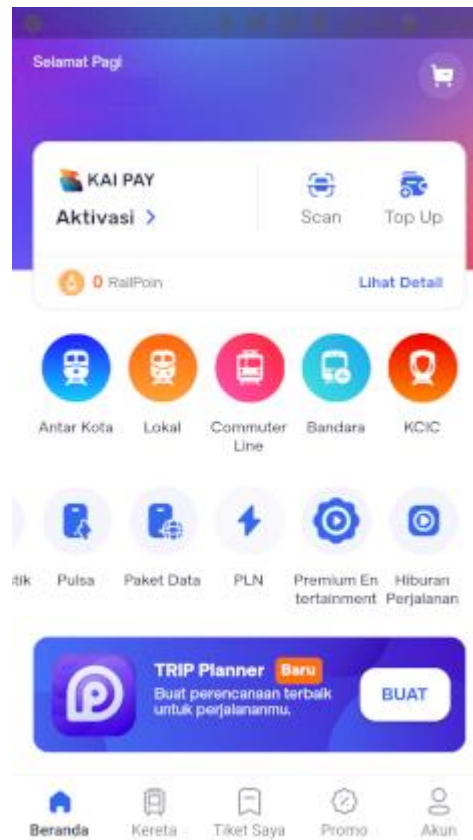
Perilaku Pembelian Ulang suatu kegiatan pembelian yang dilakukan lebih dari satu kali atau beberapa kali. Dari definisi tersebut dapat dikatakan bahwa adanya niat dari pelanggan untuk kembali membeli produk atau jasa yang sama (Peteret al., 2002).

Jasa merupakan layanan atau aktivitas ekonomi yang melibatkan interaksi antara penyedia layanan dan konsumen atau barang milik konsumen, namun tidak menghasilkan transfer. Jasa pemberian suatu kinerja atau tindakan tidak kasat mata dari suatu pihak ke pihak lain.

Secara umum, jasa diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan, sehingga interaksi antara pemberi dan penerima jasa saling mempengaruhi hasil dari layanan tersebut (Rangkuti, 2006:26). Sementara itu, menurut Christian Gronroos (dalam Wikipedia), jasa adalah suatu proses yang terdiri dari serangkaian aktivitas tidak berwujud (*intangible*) yang biasanya tidak selalu terjadi dalam interaksi antara pelanggan dan karyawan penyedia jasa, atau sumber daya fisik, barang, dan sistem penyedia jasa yang ditawarkan sebagai solusi atas masalah pelanggan. Interaksi antara penyedia jasa dan pelanggan sering terjadi dalam layanan, meskipun pihak-pihak yang terlibat mungkin tidak selalu menyadari hal tersebut.

E-ticketing juga mengurangi biaya proses tiket, menghilangkan formulir kertas dan meningkatkan *fleksibilitas* penumpang dan agen perjalanan dalam membuat perubahan-perubahan jadwal perjalanan. Terdapat banyak keuntungan yang bisa diperoleh penumpang kereta api dalam menggunakan fasilitas *E-ticketing* salah satunya Pengguna sistem *E-ticketing* diuntungkan dengan tidak dibatasi oleh waktu dan tenaga dalam hal pemesanan tiket tentunya ini dapat mempermudah pelanggan dalam melakukan pemesanan tiket pada aplikasi KAI Access.

Kepuasan pengguna mencerminkan perasaan puas terhadap kualitas dan layanan yang diberikan oleh aplikasi ini, karena aplikasi tersebut menyediakan informasi yang berguna dan membantu pengguna memperoleh data sesuai dengan yang dibutuhkan mereka.



Gambar 1.1
Aplikasi KAI Access
Sumber : Play store

Dengan adanya aplikasi KAI Access ini diharapkan dapat mempermudah pelayanan dalam melakukan pembelian dan juga memperoleh informasi. Namun demikian PT. Kereta Api Indonesia (persero) tetap masih mendapatkan komplain dari berbagai konsumen dengan segala kekurangan yang ada dalam aplikasi mobile KAI Access. Aplikasi KAI Access yang dapat diunduh oleh *smartphone* dengan sistem operasi android dengan gratis pada Google Playstore mendapatkan *rating* yang kurang baik. Terdapat sekitar 10 juta lebih pengunduh Aplikasi ini dan 213 ribu memberikan ulasan dan *rating* sehingga aplikasi KAI Access ini mendapat *rating* 3+ dari nilai maksimal 5.

Namun kenyataannya masih banyak pengguna layanan yang kurang puas dengan layanan KAI *Access*, antara lain adalah sistem yang kadang lambat, terlalu lama loading lalu keluar dari aplikasi dengan sendirinya, dan proses pembatalan tiket kereta api yang lambat dan pengguna lebih cenderung mencari Aplikasi yang mudah digunakan, jika aplikasi KAI *Access* tidak dirancang dengan baik atau sulit dipahami. Hal tersebut dapat menghambat pengguna dalam melakukan pembelian tiket kereta api.

Tabel 1.1
Jumlah Pengguna Kereta Api
Januari-Oktober 2024

No	Bulan	Jumlah
1	Januari	142.160
2	Februari	142.349
3	Maret	126.392
4	April	175.725
5	Mei	170.127
6	Juni	148.068
7	Juli	160.700
8	Agustus	135.731
9	September	140.274
10	Oktober	147.557
	Jumlah	1.489.083

Sumber Data: Divisi Pelayanan Pelanggan Kantor Kai Padang tahun 2024



Gambar 1. 2
Observasi Awal
Sumber : Observasi awal

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan pada divisi pelayanan pelanggan kantor kereta api yang berada di Simpang Haru pada tanggal 2 Desember 2024, dari hasil observasi tersebut divisi pelayanan pelanggan juga menyebutkan bahwa banyaknya pengguna menggunakan aplikasi *KAI Access*

Dalam pemesanan tiket kereta tersebut menyebabkan tiket sering habis dalam waktu yang dekat, dan jika pengguna jasa kereta api memesan langsung ke loket pada hari keberangkatan Kemungkinan pelanggan tidak dapat membeli tiket tersebut karena banyak pengguna sudah menggunakan aplikasi *KAI Access* sebagai alternatif dalam pemesanan tiket kereta api. Dan divisi pelayanan pelanggan menjelaskan data yang menggunakan layanan kereta api dalam melakukan pembelian ulang terhadap tiket kereta api terdapat turun naiknya pengguna dalam pemesanan tiket kereta saat menggunakan jasa kereta api, yang tercatat selama sepuluh bulan terakhir dari Januari 2024 sampai oktober 2024 yang menggunakan jasa layanan kereta api berjumlah 1.489.083.

Berdasarkan dari latar belakang yang telah disebutkan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul **”Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Pembelian Ulang Tiket Kereta Api Pada Aplikasi KAI Access”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap pembelian ulang Tiket Kereta Api pada aplikasi KAI Access?
2. Apakah kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap pembelian ulang Tiket Kereta Api pada aplikasi KAI Access?
3. Apakah pengaruh kualitas pelayanan dan kemudahan penggunaan terhadap pembelian ulang Tiket Kereta Api pada aplikasi KAI Access?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap pembelian ulang Tiket Kereta Api pada aplikasi KAI Access.
2. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan terhadap pembelian ulang Tiket Kereta Api pada aplikasi KAI Access.
3. Untuk mengetahui pengaruh pengaruh kualitas pelayanan dan kemudahan penggunaan terhadap pembelian ulang Tiket Kereta Api pada aplikasi KAI Access.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Penelitian

Harapannya, penelitian ini dapat memperluas wawasan penulis dalam memahami ilmu manajemen pemasaran, khususnya dengan kualitas pelayanan dan kemudahan penggunaan terhadap pembelian ulang Tiket Kereta Api pada aplikasi KAI *Access*.

2. Bagi Perusahaan

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi masukan bagi perusahaan dalam evaluasi, dan bahan koreksi pada pengaruh kualitas pelayanan dan kemudahan penggunaan terhadap pembelian ulang Tiket Kereta Api pada aplikasi KAI *Access*.

3. Bagi Akademisi

Diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan pengetahuan mengenai pentingnya kualitas pelayanan dan kemudahan penggunaan dalam mempengaruhi pembelian ulang Tiket Kereta Api pada aplikasi KAI *Access*.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Konsep Teoritis

2.1.1 Pembelian Ulang

a. Pengertian Pembelian Ulang

Menurut Kotler dan Keller (2009:235), pembelian ulang merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan konsumen untuk melakukan pembelian kembali, sehingga membentuk suatu sikap pada konsumen untuk mengelola segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa response yang muncul produk atau jasa apa yang akan dibeli ulang.

Menurut Tjiptono (2002), Pembelian ulang atau pembelian kembali menurut adalah perilaku yang muncul sebagai respons terhadap suatu objek. Minat membeli kembali menunjukkan keinginan pelanggan untuk masa depan. Perilaku pembelian kembali sering dikaitkan dengan kualitas produk. Namun ada perbedaan di antara keduanya maka pembelian ulang semata-mata menyangkut pembelian tertentu yang sama secara berulang kali. Semakin banyak pengalaman yang dimiliki seseorang terhadap suatu jasa atau produk.

Menurut Kotler & Keller (2016), Pembelian Ulang adalah tindakan konsumen pembelian, terjadinya kepuasan atau ketidakpuasan pasca konsumen terhadap suatu produk akan mempengaruhi perilaku selanjutnya, jika konsumen puas maka akan melanjutkan kemungkinan yang lebih tinggi untuk membeli kembali.

Menurut Wahyudi, et al (2020: 53) menyatakan bahwa keputusan pembelian ulang adalah tahap kecenderungan perilaku konsumen dalam membeli suatu produk pada barang maupun jasa yang telah dilakukan secara berulang-ulang pada jangka waktu yang tertentu dan secara aktif dapat menyukai dan bisa mempunyai sikap, sifat yang positif terhadap sesuatu produk barang atau pelayanan jasa yang didasarkan kepada pengalaman yang sudah dilakukan jangka waktu dimasa lampau.

Berdasarkan menurut para ahli diatas penulis dapat menyimpulkan bahwa pembelian ulang adalah kemampuan dan kemauan seseorang konsumen untuk melakukan pembelian secara berulang ulang tanpa ada paksaan dari orang lain dan berhubungan langsung dengan transaksi ekonomi yang dipengaruhi oleh segi kualitas, harga dan pelayanan.

b. Faktor-faktor Mempengaruhi Pembelian Ulang

Menurut Tjiptono (2016), terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi pembelian ulang sebagai berikut:

1. Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan salah satu faktor utama yang mempengaruhi keputusan pembelian ulang. Produk yang berkualitas tinggi akan meningkatkan kepuasan pelanggan sehingga mereka lebih cenderung untuk melakukan pembelian kembali. Tjiptono menekankan bahwa pengalaman positif dengan produk akan

mendorong konsumen untuk memilih merek yang sama di masa mendatang.

2. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan juga berkontribusi signifikan terhadap pembelian ulang. Pelayanan yang baik, termasuk responsivitas dan keandalan, dapat menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan. Tjiptono mencatat bahwa kepuasan terhadap layanan yang diberikan dapat memperkuat loyalitas pelanggan.

3. Harga

Harga merupakan persepsi harga yang wajar dan sebanding dengan kualitas produk yang dapat meningkatkan niat beli ulang.

4. Citra Merek

Citra merek adalah menekankan bahwa membangun citra merek yang kuat adalah kunci untuk menarik pelanggan.

5. Promosi

Promosi adalah menyatakan bahwa strategi promosi yang tepat dapat menciptakan kesan positif dan dapat meningkatkan minat konsumen.

6. Desain Antarmuka

Desain antarmuka menekankan bahwa antarmuka yang jelas dan mudah dipahami akan membantu pengguna dalam berinteraksi dengan produk atau layanan.

7. Ketersediaan Informasi

Ketersediaan informasi adalah kemudahan akses terhadap informasi mengenai produk atau layanan yang berkontribusi pada kemudahan penggunaan. Ketika informasi tersedia dengan jelas dan mudah diakses, konsumen dapat membuat keputusan yang lebih baik dan merasa lebih nyaman dalam menggunakan produk tersebut.

8. Pengalaman Pengguna

Pengalaman sebelumnya dengan teknologi atau produk serupa dapat mempengaruhi persepsi kemudahan penggunaan. Jika pengguna memiliki pengalaman positif sebelumnya, mereka cenderung merasa lebih percaya diri dan nyaman dalam menggunakan produk baru.

9. Persepsi Terhadap Teknologi

Persepsi terhadap teknologi merupakan yang digunakan untuk menjadi faktor penting, jika pengguna percaya bahwa teknologi tersebut akan mempermudah tugas untuk menggunakannya.

10. Efisiensi Penggunaan

Efisiensi penggunaan adalah kemudahan penggunaan yang memiliki kaitannya dengan efisiensi dalam melakukan tugas, jika memungkinkan pengguna untuk menyelesaikan tugas dengan cepat dan tepat dan tanpa banyak usaha akan meningkatkan kepuasan dan niat pembelian ulang.

c. Indikator Pembelian Ulang

Menurut Tjiptono (2008:392), pembelian ulang mempunyai tiga indikator utama sebagai berikut:

1. Melakukan pembelian pada merek yang sama

Ini menunjukkan bahwa konsumen cenderung untuk kembali melakukan pembelian produk dari merek yang telah mereka pilih sebelumnya.

2. Merekomendasikan kepada orang lain

Konsumen yang puas dengan produk akan merekomendasikannya kepada orang lain, yang mencerminkan kepuasan dan loyalitas mereka.

3. Tidak ingin pindah ke yang lain

Loyalitas ini tercermin dari keenganan konsumen untuk beralih ke merek pesaing, dan menunjukkan tingkat kepuasan yang tinggi terhadap yang digunakan.

Menurut Ferdinand dalam Maulidya, Saroh dan Zunaida (2021: 209) pembelian ulang dapat didefinisikan melalui indikator-indikator sebagai berikut:

a. Minat Transaksional

kecenderungan seseorang untuk membeli berulang-ulang produk yang pernah dikonsumsinya.

b. Minat Referensial

kecenderungan seseorang untuk merekomendasikan produk yang pernah dibelinya atas dasar pengalamannya kepada orang lain.

c. Minat Preferensial

minat yang menggambarkan seseorang yang selalu menjadikan produk yang pernah dibelinya sebagai preferensi utama.

d. Minat Eksploratif.

minat seseorang yang selalu mengeksplor atau mencari produk yang pernah dibelinya.

2.1.2 Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut (Tjiptono dan Chandra (2012:2), kata Kualitas banyak mengandung definisi dan makna karena setiap orang akan mengartikan dengan berbeda, seperti kesesuaian dengan persyaratan atau tuntutan, kecocokan dalam pemakaian berkelanjutan, terbebas dari kerusakan, memenuhi kebutuhan konsumen, melakukan segala hal yang bisa membahagiakan.

Menurut Kotler dalam Nasution (2015:6), bahwa pelayanan merupakan suatu tindakan atau langkah yang dapat ditawarkan kepada satu pihak ke pihak yang lain, dasarnya tidak berwujud fisik atau *intangible* dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun, mungkin produk jasa dapat berkaitan atau tidak dengan produk fisik.

Menurut Pertiwi (2021:68), menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan. Selain itu juga berkaitan dengan tindakan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi harapan konsumen.

Menurut Tjiptono (2019:290), menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Berdasarkan menurut para ahli diatas penulis menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu kegiatan yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumen untuk menikmati produk dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan untuk memberi kepuasan kepada konsumen yang memakai produk dan jasa tersebut.

b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan faktor yang sangat penting khususnya bagi perusahaan yang bergerak dibidang jasa. Aplikasi dalam kualitas pelayanan penampilan produk atau kinerja merupakan bagian dari strategi perusahaan dalam rangka meraih keunggulan yang berkesinambungan, baik sebagai pemimpin pasar maupun strategi untuk terus tumbuh.

Menurut Kasmir (2017:23), menyatakan bahwa faktor utama yang mempengaruhi pelayanan adalah sumber daya manusia.

Menurut Moenir (2017-88), menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempegaruhi pelaksanaan pelayanan yaitu:

1. Faktor Kesadaran

Kesadaran menunjukkan suatu keadaan pada jiwa seseorang yaitu merupakan titik temu dari berbagai pertimbangan sehingga diperoleh suatu keyakinan, ketenangan, ketetapan hati dan keseimbangan dalam jiwa yang bersangkutan

2. Faktor Aturan

Aturan merupakan perangkat penting dalam segala tindakan dan perbuatan orang. Peran aturan harus dibuat, dipatuhi dan diawasi sehingga dapat mencapai sasaran sesuai dengan tujuan.

3. Faktor Organisasi

Organisasi yang dimaksud tidak semata-mata dalam perwujudan dan susunan organisasi, melainkan lebih banyak pada pengaturan dan mekanisme yang harus mampu menghasilkan pelayanan yang mamadai.

4. Faktor Pendapatan

Penerimaan seseorang sebagai imbalan atas tenaga dan pikiran yang telah dicurahkan untuk organisasi, baik dalam bentuk uang maupun fasilitas dalam jangka waktu tertentu

5. Faktor Keterampilan dan Kemampuan

Kemampuan berasal dari kata dasar mampu yang dalam hubungan dengan pekerjaan berarti dapat melakukan pekerjaan sehingga menghasilkan barang atau jasa, sedangkan keterampilan ialah kemampuan melaksanakan pekerjaan dengan menggunakan anggota badan dan peralatan kerja yang tersedia.

6. Faktor Sarana Pelayanan Segala jenis peralatan

perlengkapan kerja dan fasilitas lain yang berfungsi sebagai alat utama dalam pelaksanaan pekerjaan.

Faktor utama yang menentukan kinerja suatu perusahaan adalah kualitas yang dihasilkan. Produk dan jasa yang berkualitas adalah produk dan jasa yang sesuai dengan yang diinginkan konsumennya.

Tjiptono dan Chandra (2012:74), menyatakan kualitas pelayanan mencerminkan perbandingan antara tingkat layanan yang disampaikan perusahaan dibandingkan ekspektasi pelanggan.

c. Indikator Kualitas Pelayanan.

Menurut Tjiptono (2019:77), dalam mengevaluasi layanan yang bersifat *tangible*, *variable*, *inseparable*, dan *perishable*, pelanggan umumnya menggunakan beberapa sebagai berikut:

1. Bukti fisik (*tangible*)

Bukti fisik (*tangible*) meliputi bukti fisik adalah perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.

2. Keandalan (*reliability*)

Keandalan (*reliability*) merupakan kemampuan setiap pelaku usaha dan pegawai memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.

3. Daya Tanggap (*responsiveness*)

Daya Tanggap (*responsiveness*) merupakan keinginan setiap pelaku usaha dan karyawan memberikan pelayanan dengan tanggap untuk membantu setiap konsumen.

4. Jaminan (*assurance*)

Jaminan (*assurance*) mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat yang dapat dipercaya yang dimiliki oleh para pelaku usaha dari keraguan.

5. Empati (*empathy*)

Empati (*empathy*) merupakan kemudahan dalam melakukan hubungan kepada konsumen dengan komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan.

Berdasarkan pernyataan diatas maka peneliti menyimpulkan bahwa indikator kualitas pelayanan terdiri dari lima dimensi yaitu, bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati. Untuk mewujudkan layanan yang berkualitas positif perusahaan harus mampu memenuhi layanan yang diharapkan oleh masyarakat.

2.1.3 Kemudahan Penggunaan

a. Pengertian Kemudahan Penggunaan

Menurut Davis (2019:30) Kemudahan penggunaan merupakan tingkat ekspektasi pengguna terhadap usaha yang harus dikeluarkan untuk menggunakan sebuah sistem. Hal tersebut dapat diartikan bahwa kemudahan penggunaan merupakan sejauh mana seseorang percaya bahwa dalam

menggunakan teknologi akan bebas dari usaha. Aplikasi lebih mudah digunakan untuk konsumen, maka konsumen akan terus menggunakan aplikasi untuk keperluan mereka seperti untuk transaksi penjualan dan pembelian. Aplikasi yang dinilai mudah digunakan oleh masyarakat, maka secara otomatis akan mempengaruhi perilaku masyarakat untuk menggunakannya terus menerus.

Menurut Jogiyanto (2019:934) Persepsi kemudahan penggunaan merupakan ukuran dimana seseorang meyakini bahwa dalam menggunakan suatu teknologi dapat jelas digunakan dan tidak membutuhkan banyak usaha tetapi harus mudah digunakan dan mudah untuk mengoperasikannya.

Menurut Davis (2018:701) Kemudahan merupakan tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan terhadap suatu sistem merupakan hal yang tidak sulit untuk dipahami dan tidak memerlukan usaha berat dari pemakainya untuk bisa menggunakannya. Sehingga kemudahan dapat diartikan bahwa suatu sistem dibuat bukan untuk mempersulit penggunaannya, tetapi suatu sistem dibuat dengan tujuan untuk memberikan kemudahan bagi para penggunanya.

Menurut Davis yang dikutip oleh Andryanto (2016) menyatakan bahwa kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai suatu tingkat atau keadaan dimana seseorang yakin bahwa dengan menggunakan sistem tertentu tidak diperlukan usaha apapun (*free of effort*) atau teknologi tersebut dapat dengan mudah dipahami oleh pengguna.

Berdasarkan menurut para ahli diatas penulis dapat menyimpulkan bahwa kemudahan penggunaan adalah suatu kegiatan yang dapat mempermudah pelanggan dalam melakukan pembelian tanpa harus pergi ke lokasi dengan menggunakan aplikasi yang sudah disediakan.

b. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kemudahan Penggunaan

Menurut Dwi dalam Puspitasari dan Aprileny (2020), kemudahan penggunaan dipengaruhi beberapa faktor sebagai berikut:

1. Berfokus pada teknologi itu sendiri

Berfokus pada teknologi itu sendiri dimana teknologi yang baik dan digunakan terus menerus memberikan kemudahan bagi pengguna dalam menggunakannya. Pengalaman pengguna pada penggunaan teknologi sejenis akan memberikan kemudahan pengguna.

2. Reputasi akan teknologi tersebut

Reputasi akan teknologi tersebut dimana reputasi yang baik akan didengar oleh pengguna akan mendorong keyakinan pengguna terhadap kemudahan penggunaan teknologi itu tersebut.

3. Persepsi penggunaan terhadap teknologi tersebut

Persepsi penggunaan terhadap teknologi tersebut dimana tersedianya mekanisme pendukung yang handal, mekanisme pendukung yang terpercaya akan membuat rasa nyaman dan yakin bahwa terdapat mekanisme pendukung yang handal jika terjadi kesulitan dalam menggunakan teknologi.

c. Indikator Kemudahan Penggunaan

Menurut Venkatesh dan Davis (2000), indikator yang digunakan ini sebagai berikut:

- a. Sistem jelas dan mudah dimengerti (*clear and understandable*)
- b. Tidak membutuhkan banyak usaha untuk menggunakan sistem tersebut (*doesnot require a lot of mental effort*)
- c. Sistem mudah digunakan (*easy to use*)
- d. Sistem mudah digunakan sesuai dengan apa yang ingin pengguna kerjakan (*easy to get the system to do what he/she wants to do*).

Menurut (Davis, 1989) indikator kemudahan penggunaan terdiri atas:

- a. Mudah untuk dipelajari
Mudah dipelajari artinya ketika seseorang melakukan sebuah transaksi mereka mengerti dan memahami sistem tersebut sehingga mereka tidak merasa kesulitan.
- b. Mudah untuk dikendalikan
Seseorang dapat mengendalikan penggunaan sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya.
- c. Mudah untuk digunakan
Maksudnya adalah sangat mudah digunakan atau dioperasikan dan tidak mempersulit penggunaannya.

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
1.	Septi Herawati ¹ ,Evan Saktiendi ² , Alya Raihanah ³ Universitas Gunadarma (2022)	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi KAI <i>Access</i> terhadap Kepuasan Konsumen PT Kereta Api Indonesia (Persero)	X1:Kualitas Pelayanan X2: Promosi X3:Kemudahan Penggunaan Y1: Kepuasan Konsumen	Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Kemudahan Penggunaan aplikasi KAI <i>Access</i> secara parsial dan simultan terhadap Kepuasan Konsumen PT Kereta Api Indonesia (Persero).Kepuasan Konsumen PT Kereta
2.	Reza Fauzi Baskara, Bernadin Dwi Anastasia Mardiatmi, Jenji Gunaedi Argo.(2021)	Analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap Pembelian ulang melalui kepuasan pelanggan Pada aplikasi traveloka	X1: Kualitas Pelayanan Z: Kepuasan Planggan Y1: Pembelian Ulang	Dapat di kesimpulan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada konsumen yang menggunakan aplikasi Traveloka, kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian ulang pada konsumen yang menggunakan aplikasi Traveloka
3.	Evi Permatasari ¹ , Hanna Luthfiana ² , Nurul Aulia Pratama ³ , Hapzi Ali ⁴ (2022)	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Ulang Promosi,Harga Dan Produk (<i>Literature Review</i> Perilaku Konsumen)	X1: Promosi X2: Harga X3: Produk Y1: Pembelian Ulang	Riset yang relevan sangat penting dalam suatu riset atau artikel ilmiah. Riset yang relevan berfungsi untuk memperkuat teori dan penomena hubungan atau pengaruh antar variable. Artikel ini untuk mereview Faktor-faktor yang mempengaruhi

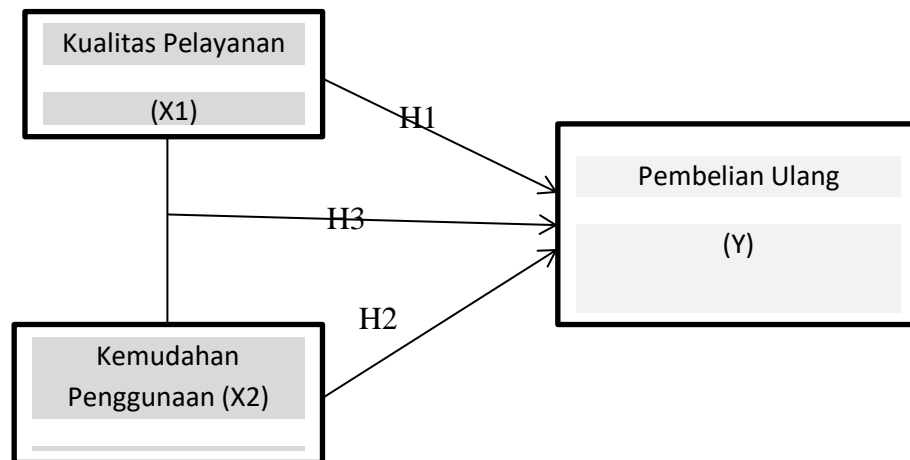
				Pembelian Ulang, yaitu: Promosi, Harga dan Produk, suatu studi literature Perilaku Konsumen. Tujuan penulisan artikel ini guna membangun hipotesis pengaruh antar variabel untuk digunakan pada riset selanjutnya
4..	Meiny Febiola Rumagit Willem. J.F.A. Tumbuan Debry C.A. Lintong	pengaruh kemudahan penggunaan, kualitas pelayanan, dan promosi terhadap keputusan pembelian menggunakan layanango-food di kota manado	X1:Kemudahan penggunaan X2:Kualitas Pelayanan X3 : Promosi Y1:Keputusan pembelian	untuk mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan, kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan pembelian menggunakan jasa layanan Go-Food di Kota Manado. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dimana jumlah sampel sebanyak 100 responden. Berdasarkan hasil uji t kemudahan penggunaan dan promosi berpengaruh secara negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sedangkan kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dan berdasarkan uji F kemudahan penggunaan, kualitas pelayanan, dan

				promosi secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
5.	Dandy Hafidh Fauzi.(2021)	Determinasi keputusan pembelian dan pembelian ulang (literature review manajemen pemasaran)	X1: Kualitas Produk X2: Harga Y1:Keputusan Pembelian Y2: Pembelian Ulang	mereview variabel yang mempengaruhi Keputusan Pembelian dan Pembelian Ulang terhadap smarthphone Samsung, maka dilakukan review penelitian terdahulu. Hasil pra riset menunjukkan bahwa diduga kualitas produk dan harga memiliki pengaruh baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap keputusan pembelian dan pembelian ulang pada smartphone Samsung.

Sumber: kumpulan artikel dan berbagai jurnal

2.3 Kerangka Konseptual

Menurut Sugiyono (2013), kerangka pemikiran adalah alur berpikir atau alur penelitian yang digunakan sebagai dasar penelitian oleh peneliti dalam mengkaji objek yang dituju. Kerangka berpikir merupakan alur yang digunakan sebagai pola pikir peneliti saat melakukan penelitian terhadap suatu objek untuk menjawab rumusan masalah dan tujuan penelitian.



Gambar 2. 1
Kerangka Konseptual
Sumber : Penelitian 2024

Keterangan:

Y: Pembelian Ulang

X1: Kualitas Pelayanan

X2: Kemudahan Penggunaan

2.4 Hipotesis

Ha1: Diduga Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Pembelian ulang Tiket Kereta Api pada aplikasi KAI *Access*.

Ha2: Diduga Kemudahan Penggunaan berpengaruh terhadap Pembelian ulang Tiket Kereta Api pada aplikasi KAI *Access*.

Ha3: Diduga kualitas pelayanan dan Kemudahan Penggunaan berpengaruh terhadap Pembelian ulang Tiket Kereta Api pada aplikasi KAI *Access*.

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian

3.1.1. Jenis Penelitian

Menurut Sugiyono (2012:11) Jenis penelitian ini adalah penelitian dengan pendekatan Assosiatif kuantitatif, Pendekatan asosiatif adalah pendekatan dengan menggunakan dua variabel atau lebih variabel guna mengetahui hubungan atau pengaruh yang satu dengan yang lain. Variabel yang dimaksud adalah Kualitas Pelayanan (X1), Kemudahan Penggunaan (X2), Pembelian Ulang (Y).

3.1.2. Tempat Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan pada penumpang kereta api pariwisata Express Naras-Padang. Waktu penelitian dilakukan pada November tahun 2024 sampai 20 Januari 2025.

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi

Menurut sugiyono (2013:115) Populasi merujuk pada kelompok yang dapat digeneralisasi, yang terdiri dari objek atau subjek dengan karakteristik dan atribut tertentu yang dipilih oleh peneliti untuk dianalisis dan disimpulkan. Populasi dalam penelitian ini adalah penumpang kereta api pariwisata express yang sudah pernah memakai dan menggunakan jasa kereta api pada Aplikasi KAI Access yang berjumlah 423.562 pada tiga bulan terakhir yang tercatat mulai dari agustus 2024 sampai oktober 2024.

3.2.2. Sampel

Menurut sugiyono (2017:85) sampel merujuk pada sebagian dari jumlah dan karakteristik yang ada pada populasi tersebut. Dalam penelitian ini, pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik Accedental Sampling, yaitu metode penentuan sampel berdasarkan kebetulan, di mana siapa pun yang secara tidak sengaja bertemu dengan peneliti dan dianggap cocok sebagai sumber data, dapat dipilih. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 orang. Itu dikarenakan jumlah populasinya tidak diketahui dan tersebar diseluruh daerah.

3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

3.3.1. Definisi Operasional

Terdapat dua variabel yang mempengaruhi penelitian ini, yaitu variabel dependen dan variabel independen. Variabel independent diantaranya yaitu Kualitas pelayanan, kemudahan penggunaan, variabel dependent yaitu pembelian ulang.

Tabel 3. 1
Defenisi Operasional

No	Variabel	Definisi	Indikator Variabel	Skala Ukur
1.	Pembelian Ulang (Y)	Menurut (Tjiptono,2002) Pembelian ulang atau pembelian kembali adalah perilaku yang muncul sebagai respons terhadap suatu objek. Minat membeli kembali menunjukkan keinginan pelanggan untuk masa depan. Perilaku pembelian kembali sering dikaitkan dengan kualitas produk. Namun ada perbedaan di antara keduanya maka pembelian ulang semata-mata menyangkut pembelian tertentu yang sama secara berulang kali.	1.Melakukan pembelian pada merek yang sama. 2.Merekomendasikan kepada orang lain. 3.Tidak ingin pindah kepada merek yang lain.	Skala Likert
2.	Kualitas Pelayanan (X1)	Menurut Tjiptono (2019:290) menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan (<i>excellence</i>) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.	1.Bukti fisik (<i>tangibl</i>) 2.Keandalan (<i>reliability</i>) 3.Daya Tanggap (<i>responsiveness</i>) 4.Jaminan (<i>assurance</i>) 5.Empati (<i>empathy</i>)	Skala Likert
3.	Kemudahan Penggunaan (X2)	Menurut Davis (2019:30) Kemudahan penggunaan merupakan tingkat ekspektasi pengguna terhadap usaha yang harus dikeluarkan untuk menggunakan sebuah sistem.	a. Sistem jelas dan mudah dimengerti (<i>clear and understandable</i>) b. Tidak membutuhkan banyak usaha untuk menggunakan sistem tersebut (<i>doesnot require a lot of mental effort</i>)	Skala Likert

			<p>c. Sistem mudah digunakan (<i>easy to use</i>)</p> <p>d.Sistem mudah digunakan sesuai dengan apa yang ingin pengguna kerjakan (<i>easy to get the system to do what he/she wants to do</i>).</p>	
--	--	--	---	--

Sumber: Buku

3.3.2. Pengukuran Variabel

Untuk tujuan penelitian ini, digunakan Skala Likert. Menurut Sugiyono (2018:93), Skala Liker digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi kelompok orang terhadap fenomena sosial. kuesioner ini diukur dengan menggunakan Skala Liker yang terdiri dari lima poin. Skor yang diberikan pada setiap jawaban responden adalah sebagai berikut.

Tabel 3. 2
Skala Likert

Pilihan Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Sugiyono (2018:93)

3.4 Data dan Teknik Pekumpulan Data

3.4.1. Data Penelitian

Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder, dengan menjelaskan sebagai berikut:

1. Data Primer

Menurut Sugiyono (2018:456) atau primer adalah data yang dikumpulkan secara langsung dari sumbernya, baik secara individu maupun kelompok, oleh peneliti sendiri. data primer adalah Sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti yang langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian yang dilakukan untuk mendapatkan data, dengan membuat daftar pertanyaan secara sistematis dengan tujuan mendapatkan data yang diinginkan melalui penyebaran pernyataan kepada responden untuk mendapatkan jawaban.

2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2018:456) data sekunder yaitu sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data tersebut, misalnya lewat orang lain atau dokumen. Data sekunder merupakan suatu cara yang dilakukan untuk menyediakan dokumen-dokumen dengan menyertai bukti yang akurat dari pencatatan sumber informasi khususnya dari karangan buku, jurnal dan sebagainya.

3.4.2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan peneliti adalah:

1. Observasi

Sutrisno Hadi (1986) dalam Sugiyono (2017:145) mengemukakan bahwa observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun

dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang penting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan.

Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain. Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila, peneliti berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar.

2. Kuesioner

Menurut Sugiyono (2013:199) kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan serangkaian pernyataan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Dalam penelitian ini, peneliti membagikan kuesioner kepada responden dan menggunakan Skala Liker untuk menghitung skor berdasarkan jawaban yang diberikan.

Menurut Sugiyono (2013:132) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi individu atau kelompok mengenai fenomena sosial. Fenomena sosial ini telah ditentukan secara spesifik oleh peneliti yang disebut sebagai variabel penelitian. Untuk mengukur variabel tersebut, Skala Likert digunakan untuk menyusun indikator-indikator variabel, yang selanjutnya digunakan sebagai titik tolak untuk merancang item-item instrument, yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

3.5. Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2019:206) Metode Analisis Data Kuantitatif adalah bersifat Deskriptif yaitu mempunyai tugas mengorganisasikan dan menganalisis data angka, agar dapat memberikan gambar secara teratur, ringkas, dan jelas mengenai suatu gejala, peristiwa atau suatu keadaan, sehingga dapat ditarik pengertian atau makna tertentu. Adapun teknis analisis yang digunakan peneliti yaitu.

3.5.1 Uji Validitas dan Uji Reabilitas

3.5.1.1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2022:121) hasil penelitian dianggap valid apabila terdapat kesesuaian antara data yang dikumpulkan dan nyata tentang objek yang dipelajari. Alat ukur yang digunakan untuk mengumpulkan data (mengukur) harus valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Valid juga menunjukkan tingkat ketetapan antara data sebenarnya terjadi pada objek dan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti. Apabila hubungan antara dua variabel tidak bersifat linier, koefisien korelasi individu tidak menggambarkan sejauh mana kekuatan hubungan kedua variabel, meskipun hubungannya kuat.

Pada situasi seperti ini, penting untuk membedakan antara hasil penelitian yang valid dan reliabel dengan instrumen yang valid dan reliabel. Hasil penelitian dianggap valid jika ada kesesuaian antara data yang dikumpulkan dengan kondisi nyata yang terjadi pada objek yang diteliti. Alat ukur yang digunakan untuk mengumpulkan data dianggap valid jika alat tersebut benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur. Menurut Sugiyono (2013:172),

validitas menunjukkan bahwa instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.

Untuk menentukan kelayakan suatu item yang akan digunakan, biasanya dilakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada tingkat signifikansi 0,05 artinya, suatu item dianggap valid jika memiliki korelasi yang signifikan dengan skor total. Jika nilai r tabel lebih besar daripada nilai r hitung, maka indikator dalam kuesioner dianggap valid.

3.5.1.2. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2018:126) Reliabilitas berkaitan dengan konsistensi dan stabilan data atau temuan yang diperoleh. Data yang dihasilkan dari dua atau lebih penelitian yang menguji objek yang sama dianggap reliabel. Penelitian ini menggunakan teknik Alpha Cronbach untuk menguji realibilitas data. Uji Alpha Cronbach menggunakan kriteria sebagai berikut.

1. Jika Alpha Cronbach $\geq 0,6$ maka tingkat reliabilitas terpenuhi (sufficient reliability).
2. Jika Alpha ≤ 0.6 maka reliabilitas rendah, jika alpha rendah dan sebaiknya item tersebut tidak digunakan.

3.5.2 Penentuan Tingkat Capaian Responden (TCR)

Untuk menghitung Tingkat Capaian Responden (TCR), rumus yang digunakan adalah sebagai berikut.

$$TCR = \frac{\text{rata - rata Skor}}{\text{Skor Maksimum}} \times 100 \%$$

Dibawah ini adalah kriteria penilaian untuk tingkat capaian responden (TCR) berdasarkan kuesioner (Sugiyono, 2018:184).

Tabel 3. 3
Klasifikasi Tingkat Capaian Responden (TCR)

No	Tingkat Capaian Responden (%)	Kriteria
1	90-100	Sangat Setuju
2	80-89	Setuju
3	65-79	Netral
4	55-64	Tidak Setuju
5	01-54	Sangat Tidak Setuju

Sumber : Sugiyono (2018:184)

3.5.3 Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi liner Berganda digunakan untuk memprediksikan berubahnya nilai variabel tertentu bila variabel lain berubah. Sugiyono (2013:277), dikatakan regresi berganda karena jumlah variabel independennya lebih dari satu (X_1, X_2, \dots, X_n) dengan variabel dependen (Y)...

Jika terdapat minimal dua variabel independen, analisis regresi berganda dapat dilakukan dengan menggunakan rumus berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \epsilon$$

Keterangan :

Y = Variabel dependen (Pembelian Ulang)

$X_1, X_2,$ = Variabel independent kualitas pelayanan dan Kemudahan Penggunaan

b_0 = Konstanta

b_0, b_1, b_2 = Koefisien regresi

e = Error atau variabel pengganggu

3.5.4. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik menguji dalam pemodelan regresi linear berganda, yang memungkinkan analisis data tambahan tanpa menghasilkan data baru.

3.5.4.1. Uji Normalitas

Menurut Ghazali (2018:111) uji normalitas digunakan untuk menentukan distribusi normal dari variabel pengganggu atau residual dalam model regresi. Untuk mengetahui apakah populasi memiliki distribusi normal, uji statistik Kolmogorov-Smirnow dan analisis grafik diterapkan untuk melihat pada baris Asymp.Sig (2-tailed), Kolmogorov-Smirnow digunakan untuk menentukan apakah data berdistribusi normal atau tidak.

Nilai Asymp. Sig (2-tailed) variabel residu di atas α 0.05 atau 5%. Menunjukkan dibawah data penelitian berdistribusi normal atau memenuhi uji normalitas. Sebaliknya, nilai di bawah α 0.05 atau 5% menunjukkan bahwa data tidak berdistribusi normal atau tidak memenuhi uji normalitas. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, atau jika histogramnya menunjukkan distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

3.5.4.2. Uji Multikolinieritas

Menurut Ghazali (2018:105) Tujuan uji multikolinieritas adalah untuk mengetahui apakah model regresi menemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Dalam model regresi yang baik, variabel independen tidak harus saling berkorelasi. Jika tidak, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal.

Ada tidaknya multikonlinieritas dalam model regresi dapat dilihat dari tolerance value dan variance inflation factor (VIF). Tolerance adalah ukuran dari variabilitas variabel independen tertentu yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Oleh karena itu, nilai $VIF = 1/\text{tolerance}$, nilai VIF yang tinggi sebanding dengan nilai tolerance yang lebih dari 0,10 dan nilai VIF sama dengan 10. Nilai cutoff yang biasa digunakan untuk menunjukkan adanya multikolinearitas.

3.5.4.3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas dilakukan untuk mengidentifikasi apakah ada terdapat perbedaan dalam residual antara pengamat dalam model regresi (Ghozali,2018:137). Model regresi yang baik adalah yang memenuhi kondisi homoskedastisitas, artinya tidak terjadi heteroskedastisitas. Salah satu cara untuk menguji hal ini adalah dengan menganalisis grafik yang menunjukkan hubungan antara nilai prediksi dari variabel dependen (ZPRED) dan residual (SRESID).

Untuk mendeteksi keberadaan heteroskedastisitas, dapat dilakukan dengan memeriksa apakah terdapat pola tertentu pada grafik scatterplot yang menunjukkan hubungan antara SRESID dan ZPRED. Berikut adalah dasar Analisis yang digunakan:

Jika terlihat pola tertentu pada grafik, seperti titik-titik yang membentuk (misalnya bergelombang, melebar, kemudian menyempit), hal ini dapat menunjukkan adanya heteroskedastisitas.

Apabila tidak terdeteksi pola yang jelas dan titik-titik tersebar secara acak di atas dan dibawah sumbu Y, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.5.4.4. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi adalah analisis statistik yang dilakukan untuk menentukan apakah variabel yang ada dalam model prediksi memiliki korelasi dengan perubahan waktu. Karena itu, ketika asumsi tidak lagi saling independen atau secara bebas, melainkan terjadi keterikatan atau autokorelasi. Pada kesempatan ini, kami akan fokus pada tutorial uji autokorelasi menggunakan SPSS, meskipun prinsip-prinsip penting lainnya juga akan dibahas secara singkat dan juga mendalam.

Dalam model regresi linear, jika data berupa rangkaian waktu atau runtut waktu, uji autokorelasi harus dilakukan. Ini dilakukan karena fakta bahwa nilai-nilai sebelumnya sangat memengaruhi nilai sampel atau observasi tertentu.

Autokorelasi adalah ketika ada korelasi antara observasi ke- i dan observasi sebelumnya, yaitu ke- $i-1$, dapat dijelaskan sebagai berikut dengan contoh sampel ke-20, dipengaruhi oleh nilai sampel ke-19, dan nilai sampel ke-19 dipengaruhi nilai sampel ke-18. dan seterusnya. Coba kita perhatikan pada contoh tersebut, yaitu ada nilai selisih antara nilai observasi ke-18 dengan ke-19, nilai observasi ke-19 dengan ke-20 dan seterusnya.

3.5.5 Uji Hipotesis

Uji hipotesis adalah pengujian terhadap suatu pernyataan dengan menggunakan metode statistik sehingga hasil pengujian dapat dinyatakan signifikan secara statistik.

3.5.5.1. Uji Parsial (T)

Untuk mengukur sejauh mana pengaruh masing-masing variabel independen, Uji t dilakukan dengan membandingkan t-hitung dengan t-tabel atau dengan melihat nilai signifikan pada setiap t-hitung. Menurut Jonathan Sarwono (2017:26) caranya sebagai berikut :

1. Merumuskan hipotesis

$H_0 : \beta = \beta_0$ (variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y secara signifikan)

$H_1 : \beta \neq \beta_0$ (variabel X berpengaruh terhadap variabel Y secara signifikan)
untuk pengujian dua sisi

$0 : \beta = \beta_0$ (variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y secara signifikan)

$H_1 : \beta > \beta_0$ (variabel X berpengaruh terhadap variabel Y secara positif)

$H_1 : \beta < \beta_0$ (variabel X berpengaruh terhadap variabel Y secara negatif)

2. Menentukan nilai probabilitas atau signifikansi (α)

$t_{\alpha}, t_{(\alpha/2)} \rightarrow$ Degree of Freedom (DF) = $n - k$ (k = banyaknya semua variabel)

3. Menghitung nilai uji statistik dengan rumus

$$t_o = (b - b_o) / S_b$$

4. Membuat kesimpulan

1. Uji satu sisi (one-tailed test)

Jika $t_o > t^{\alpha}$, maka H_0 ditolak

Jika $t_o \leq t^{\alpha}$, maka H_0 diterima atau,

Jika $t_o < -t^{\alpha}$, maka H_0 ditolak

Jika $t_o \geq -t^{\alpha}$, maka H_0 diterima

2. Uji dua sisi (two-tailed test)

Jika $t_o > t_{(\alpha/2)}$ atau $t_o < -t_{(\alpha/2)}$, maka H_0 ditolak

Jika $-t_{(\alpha/2)} \leq t_o \leq t_{(\alpha/2)}$, maka H_0 diterima.

Rumus yang digunakan untuk menghitung t-hitung adalah :

$$t = r \frac{\sqrt{n-2}}{1-r^2}$$

Keterangan :

t = Nilai t-hitung

n = Jumlah sampel

r = Koefisien korelasi

r^2 = Koefisien determinasi

3.5.5.2. Uji Simultan (F)

Uji F digunakan untuk mengevaluasi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan. Tujuan uji ini adalah untuk menentukan apakah semua variabel independen dapat secara bersamaan. Jika uji F hitung lebih besar dari F tabel, jika F hitung dapat dilakukan dengan

membandingkan dengan tabel F (Ho ditolak Ha diterima). Berdasarkan Jonathan Sarwono (2017:26-27), langkah-langkah dalam menghitung uji F adalah sebagai berikut :

1. Merumuskan hipotesis

Ho : $\beta = \beta_0$ (variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y secara signifikan)

Ha : $\beta \neq \beta_0$ (variabel X berpengaruh terhadap variabel Y secara signifikan)

2. Menentukan nilai probabilitas atau signifikansi (α) dengan ketentuan $F^{\alpha} \rightarrow$

Degree of freedom = (k-1),(n-k), dimana k adalah jumlah variabel dan n jumlah kasus (data)

3. Menghitung nilai uji statistic

$$F_o = \frac{RK_{reg}}{RK_{res}} \text{ atau } \frac{MS_{reg}}{MS_{res}}$$

3.5.5.3. Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Sugiyono (2013:207) koefisien determinasi digunakan untuk mengukur sejauh mana variabel X mempengaruhi variabel Y. Nilai ini diperoleh dari kuadrat koefisien korelasi dan umumnya disajikan dalam bentuk persentase (%).

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

Kd = Koefisien determinasi

r^2 = Koefisien korelasi yang dikuadratkan

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian

4.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan

Sejarah perkeretaapian di Indonesia dimulai ketika pencangkulan pertama jalur kereta api Semarang-Vorstenlanden (Solo-Yogyakarta) di Desa Kemijen oleh Gubernur Jendral Hindia Belanda Mr. L.A.J Baron Sloet van de Beele tanggal 17 Juni 1864. Pembangunan dilaksanakan oleh perusahaan swasta Naamlooze Venootschap Nederlansch Indische Spoorweg Maatschappij (NV. NISM) menggunakan lebar sepur 1435 mm.

Sementara itu, pemerintah Hindia Belanda membangun jalur kereta api negara melalui *Staatssporwegen* (SS) pada tanggal 8 April 1875. Rute pertama SS meliputi Surabaya-Pasuruan-Malang. Keberhasilan NISM dan SS mendorong investor swasta membangun jalur kereta api seperti Semarang *Joana Stoomtram Maatschappij* (SJS), Semarang *Cheribon Stoomtram Maatschappij* (SCS), *Serajoedal Stoomtram Maatschappij* (SDS), *Oost Java Stoomtram Maatschappij* (OJS), *Pasoeroean Stoomtram Maatschappij* (Ps.SM), Kediri *Stoomtram Maatschappij* (KSM), Probolinggo *Stoomtram Maatschappij* (Pb.SM), Modjokerto *Stoomtram Maatschappij* (MSM), Malang *Stoomtram Maatschappij* (MS), Madoera *Stoomtram Maatschappij* (Mad.SM), Deli *Spoorweg Maatschappij* (DSM).

Selain di Jawa, pembangunan jalur kereta api dilaksanakan di Aceh (1876), Sumatera Utara (1889), Sumatera Barat (1891), Sumatera Selatan

(1914), dan Sulawesi (1922). Sementara itu di Kalimantan, Bali, dan Lombok hanya dilakukan studi mengenai kemungkinan pemasangan jalan rel, belum sampai tahap pembangunan. Sampai akhir tahun 1928, panjang jalan kereta api dan trem di Indonesia mencapai 7.464 km dengan perincian rel milik pemerintah sepanjang 4.089 km dan swasta sepanjang 3.375 km.

Pada tahun 1942 Pemerintah Hindia Belanda menyerah tanpa syarat kepada Jepang. Semenjak itu, perkeretaapian Indonesia diambil alih Jepang dan berubah nama menjadi Rikuyu Sokyuku (Dinas Kereta Api). Selama penguasaan Jepang, operasional kereta api hanya diutamakan untuk kepentingan perang. Salah satu pembangunan di era Jepang adalah lintas Saketi-Bayah dan Muaro-Pekanbaru untuk pengangkutan hasil tambang batu bara guna menjalankan mesin-mesin perang mereka. Namun, Jepang juga melakukan pembongkaran rel sepanjang 473 km yang diangkut ke Burma untuk pembangunan kereta api disana.

Setelah Indonesia memproklamasikan kemerdekaan pada tanggal 17 Agustus 1945, beberapa hari kemudian dilakukan pengambil alihan stasiun dan kantor pusat kereta api yang dikuasai Jepang. Puncaknya adalah pengambil alihan Kantor Pusat Kereta Api Bandung tanggal 28 September 1945 (kini diperingati sebagai Hari Kereta Api Indonesia). Hal ini sekaligus menandai berdirinya Djawatan Kereta Api Indonesia Republik Indonesia (DKARI). Ketika Belanda kembali ke Indonesia tahun 1946, Belanda membentuk kembali perkeretaapian di Indonesia bernama *Staatssporwegen/Verenigde*

Spoorwegbedrijf (SS/VS), gabungan SS dan seluruh perusahaan kereta api swasta (kecuali DSM).

Berdasarkan perjanjian damai Konferensi Meja Bundar (KMB) Desember 1949, dilaksanakan pengambilalihan aset-aset milik pemerintah Hindia Belanda. Pengalihan dalam bentuk penggabungan antara DKARI dan SS/VS menjadi Djawatan Kereta Api (DKA) tahun 1950. Pada tanggal 25 Mei DKA berganti menjadi Perusahaan Negara Kereta Api (PNKA). Pada tahun tersebut mulai diperkenalkan juga lambang Wahana Daya Pertiwi yang mencerminkan transformasi Perkeretaapian Indonesia sebagai sarana transportasi andalan guna mewujudkan kesejahteraan bangsa tanah air. Selanjutnya pemerintah mengubah struktur PNKA menjadi Perusahaan Jawatan Kereta Api (PJKA) tahun 1971. Dalam rangka meningkatkan pelayanan jasa angkutan, PJKA berubah bentuk menjadi Perusahaan Umum Kereta Api (Perumka) tahun 1991. Perumka berubah menjadi Perseroan Terbatas, PT. Kereta Api Indonesia (Persero) pada tahun 1998. Aplikasi Kereta Api Mobile, juga dikenal sebagai KAI *Access*, pertama kali dirilis pada tahun 2011. KABILA ini menggunakan teknologi SMS base yang sedang berkembang saat itu. Para pengguna KABILA dapat menemukan informasi tentang Jadwal, tarif, lokal, dan berita PT. KAI.

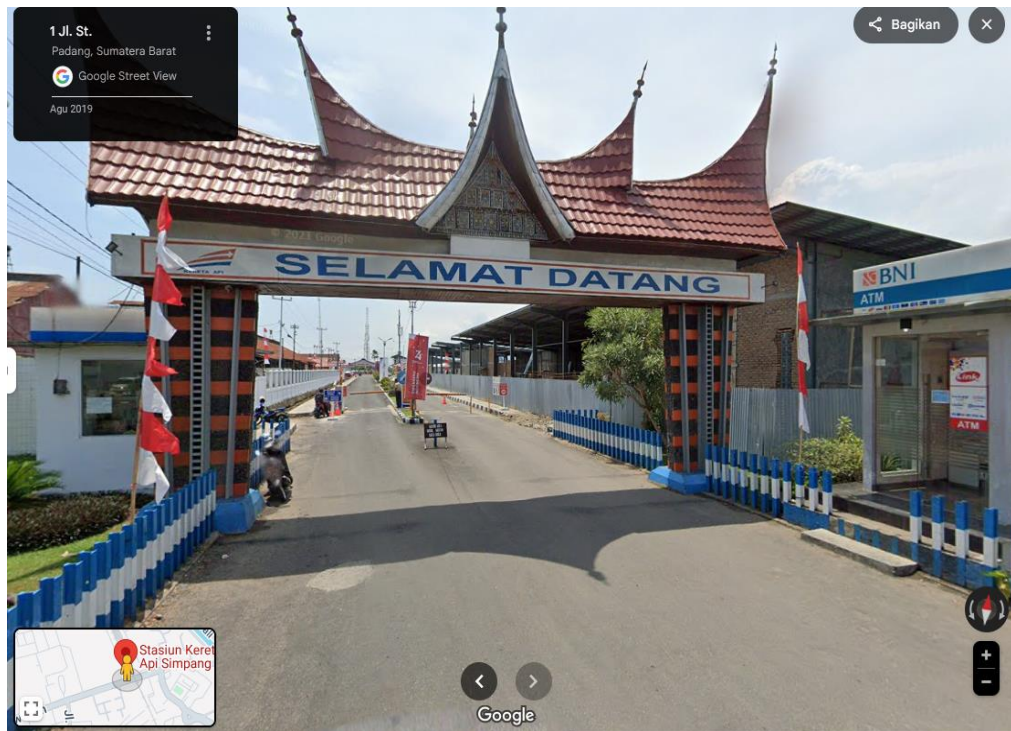
Pada tahun 2013, PT. Kereta Api Indonesia (persero) meluncurkan aplikasi resmi *Official Mobile Application* untuk pengguna *Blackberry* dengan fitur pemesanan tiket online.

Aplikasi pemesanan tiket online, yang dapat digunakan pada berbagai smartphone dengan nama *KAI Access*, muncul di pasar pada tahun 2014 karena perkembangan teknologi yang semakin meluas dan banyak pengguna Smartphone Android, IOS, dan Mobile. Dengan tampilan latarnya biru dengan menyediakan fitur-fitur yang ditampilkan dengan menarik dan *user friendly* sehingga pengguna tidak kesulitan dalam menggunakan aplikasi *KAI Access* ini.

4.1.2. Lokasi Perusahaan

Lokasi Perusahaan Vice President Divisi Regional II Sumatra Barat, Simpang Haru, Kecamatan. Padang Timur, Kota Padang, Sumatra Barat (25171).





Gambar 4. 1
Peta Lokasi
Sumber: google maps

4.1.3. Visi dan Misi Perusahaan

1. Visi

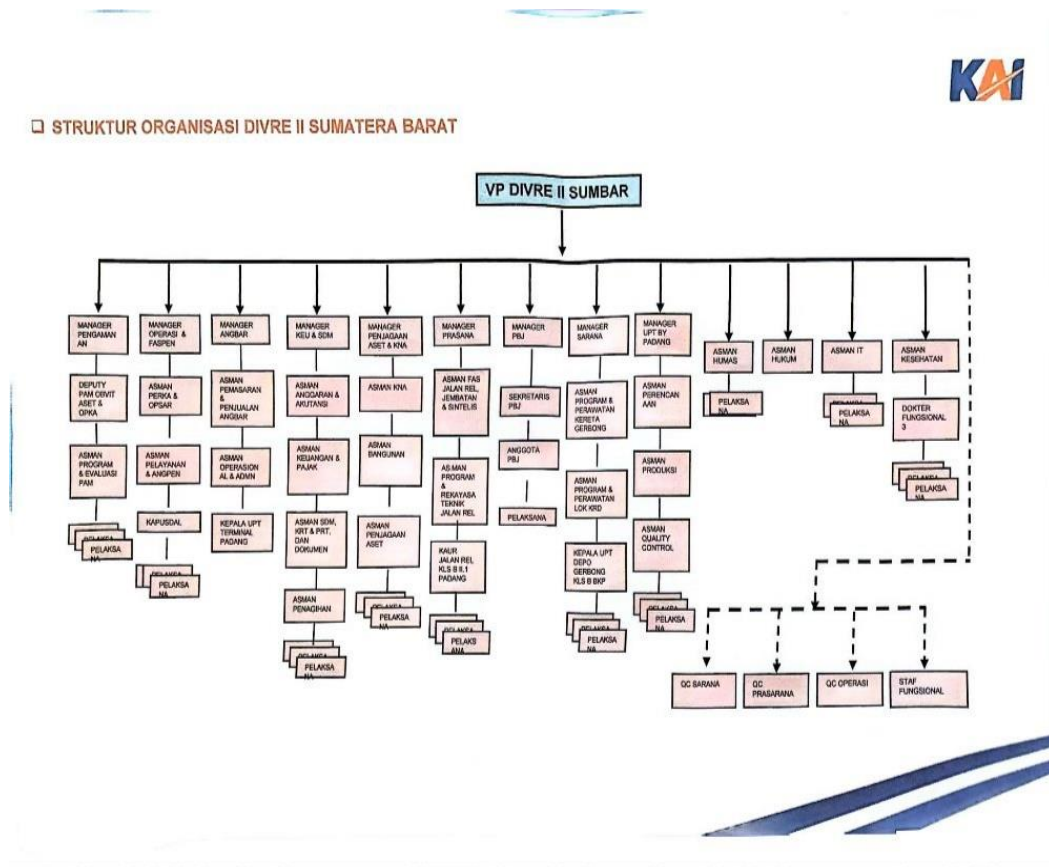
Adapun visi dari PT. Kereta Api Indonesia (Persero) adalah Menjadi solusi ekosistem transportasi terbaik untuk Indonesia.

2. Misi

- a. Menyediakan sistem transportasi yang aman, efisien berbasis digital, dan berkembang pesat untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.
- b. Mengembangkan solusi transportasi massal yang terintegrasi melalui investasi dalam sumber daya manusia, infrastruktur, dan teknologi.

- c. Untuk memajukan Pembangunan nasional melalui kemitraan dengan para pemangku kepentingan, termasuk memprakarsai melaksanakan pengembangan infrastruktur-infrastruktur penting terkait transportasi.

4.1.4. Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 4. 2
Struktur Organisasi PT. KAI DIVRE II Sumbar
 Sumber : PT KAI Sumbar

Berdasarkan gambar diatas jenis struktur organisasi ini struktur organisasi fungsional. yang mana, struktur organisasi fungsional adalah struktur organisasi yang mengelompokan berdasarkan bidang ahli.

4.2. Hasil Penelitian Dan Pembahasan

4.2.1. Deskriptif Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berikut ini disajikan berdasarkan jenis kelamin responden yang merupakan penumpang kereta api pariwisata Express, sebagai berikut:

Tabel 4. 1
Berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	33	33%
Perempuan	67	67%
Jumlah	100	100%

Sumber: Kueisioner Penelitian 2025

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa jenis kelamin paling banyak responden jenis kelamin perempuan, sebanyak 67 orang responden dengan persentase 67% dan responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 33 orang dengan persentase 33%.

4.2.2. Deskriptif Data Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4. 2
Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
Pelajar	15	15%
Mahasiswa	52	52%
Staf	2	2%
Belum Bekerja	12	12%
Honorer	1	1%
coffee shop	1	1%
Pramuniaga	1	1%
Ex Mahasiswa	5	5%
Wiraswasta	7	7%
IRT	4	4%
Jumlah	100	100%

Sumber: Kueisioner Penelitian 2025

Tabel di atas menunjukkan bahwa responden berdasarkan pekerjaan paling banyak, yaitu 52, yang merupakan persentase 52% banyak dari responden. Ini menunjukkan bahwa mahasiswa yang banyak menggunakan kereta api.

4.2.3. Uji Validitas

Uji Validitas dilakukan agar memenuhi taraf kesesuaian dan kecepatan alat ukur (instrumen) dalam menilai objek penelitian. Instrumen yang dinyatakan valid apabila mampu mengukur apa yang akan diukur dan diinginkan dengan tepat.

Tabel 4. 3
Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	R _{Hitung}	R _{Table}	Keterangan
Pembelian Ulang (Y)	Y.P1	0,411	0,312	Valid
	Y.P2	0,786	0,312	Valid
	Y.P3	0,785	0,312	Valid
	Y.P4	0,714	0,312	Valid
	Y.P5	0,694	0,312	Valid
	Y.P6	0,804	0,312	Valid
	Y.P7	0,807	0,312	Valid
	Y.P8	0,793	0,312	Valid
	Y.P9	0,765	0,312	Valid
	Y.P10	0,763	0,312	Valid
	Y.P11	0,759	0,312	Valid
	Y.P12	0,817	0,312	Valid
	Y.P13	0,898	0,312	Valid
	Y.P14	0,771	0,312	Valid
	Y.P15	0,727	0,312	Valid
Kualitas Pelayanan (X1)	X1.P1	0,883	0,312	Valid
	X1.P2	0,800	0,312	Valid
	X1.P3	0,769	0,312	Valid
	X1.P4	0,822	0,312	Valid

	X1.P5	0,682	0,312	Valid
	X1.P6	0,787	0,312	Valid
	X1.P7	0,753	0,312	Valid
	X1.P8	0,828	0,312	Valid
	X1.P9	0,642	0,312	Valid
	X1.P10	0,751	0,312	Valid
	X1.P11	0,789	0,312	Valid
	X1.P12	0,781	0,312	Valid
	X1.P13	0,752	0,312	Valid
	X1.P14	0,857	0,312	Valid
	X1.P15	0,785	0,312	Valid
Kemudahan Penggunaan (X2)	X2.P1	0,848	0,312	Valid
	X2.P2	0,793	0,312	Valid
	X2.P3	0,974	0,312	Valid
	X2.P4	0,886	0,312	Valid
	X2.P5	0,912	0,312	Valid
	X2.P6	0,855	0,312	Valid
	X2.P7	0,790	0,312	Valid
	X2.P8	0,771	0,312	Valid
	X2.P9	0,876	0,312	Valid
	X2.P10	0,974	0,312	Valid
	X2.P11	0,974	0,312	Valid
	X2.P12	0,869	0,312	Valid
	X2.P13	0,870	0,312	Valid
	X2.P14	0,835	0,312	Valid
	X2.P15	0,863	0,312	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS

Berdasarkan Tabel 4.3 diatas bahwa nilai R_{hitung} dari setiap item pertanyaan $> R_{tabel}$ (0,312), yang mana di dapatkan R_{tabel} dari rumus $df=(N-2)$. Berarti dapat disimpulkan bahwa pengujian keseluruhan item uji validitas tersebut dapat dinyatakan valid dan dapat diuji ke pengujian selanjutnya.

4.2.4. Uji Reliabilitas

Selanjutnya setiap item instrumen yang telah dinyatakan valid pada tabel 4.3 akan di uji reliabilitasnya dengan menggunakan teknik alpha cronbach yaitu dengan membandingkan nilai-nilai setiap intrumennya.

Tabel 4. 4
Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Nilai	Alpha Cronbach	Keterangan
1	Pembelian Ulang (Y)	0,767	0,6	Reliabel
2	Kualitas Pelayanan (X_1)	0,769	0,6	Reliabel
3	Kemudahan Penggunaan (X_2)	0,776	0,6	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS

Berdasarkan pada tabel 4.4 maka dapat dinyatakan variabel Pembelian Ulang (Y), Kualitas Pelayanan (X_1), Kemudahan Penggunaan (X_2), Reliabel, karena menunjukkan bahwa semua item lebih besar dari hasil koefisien Alpha sebesar 0,6. Ini dapat disimpulkan bahwa dua variabel dalam intrumen penelitian yang mengukur Pembelian Ulang (Y) dapat diterapkan dalam hipotesis.

4.3. Tingkat Capaian Responden (TCR)

4.3.1. Distribusi Pendapat Responden Variabel Pembelian Ulang (Y)

Berdasarkan data yang didapatkan dari hasil pembalian keiseioner tentang Pembelian Ulang (Y) dapat dilihat distribusi tabulasi dari tanggapan responden pada variabel-variabel berikut.

Tabel 4. 5
Tabulasi Data Responden Variabel Pembelian Ulang (Y)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Rata-rata	TCR	Keterangan
1	Y1.P1	31	47	21	0	1	4.07	81%	Setuju
2	Y1.P2	44	48	8	0	0	4.36	87%	Setuju
3	Y1.P3	36	60	4	0	0	4.32	86%	Setuju
4	Y1.P4	38	57	5	0	0	4.33	87%	Setuju
5	Y1.P5	24	50	22	4	0	3.94	79%	Netral
6	Y1.P6	33	55	12	0	0	4.21	84%	Setuju
7	Y1.P7	36	62	2	0	0	4.34	87%	Setuju
8	Y1.P8	35	62	3	0	0	4.32	86%	Setuju
9	Y1.P9	50	50	0	0	0	4.5	90%	Sangat Setuju
10	Y1.P10	37	51	12	0	0	4.25	85%	Setuju
11	Y1.P11	35	50	15	0	0	4.2	84%	Setuju
12	Y1.P12	18	51	31	0	0	3.87	77%	Netral
13	Y1.P13	33	58	9	0	0	4.24	85%	Setuju
14	Y1.P14	36	50	14	0	0	4.22	84%	Setuju
15	Y1.P15	37	58	5	0	0	4.32	86%	Setuju
							4,23	85%	Setuju

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS 26

Berdasarkan informasi dari tabel 4.5 diperoleh kriteria dalam penelitian ini didasarkan pada jawaban responden yang memperoleh skor tertinggi pada tingkat capaian responden (TCR) Pembelian Ulang (Y) sebanyak 90%, responden memberikan tanggapan Sangat Setuju dan rata-rata 4,5 pada pernyataan ke-9 (Y9) yang pernyataannya saya merasa puas dengan layanan yang diberikan oleh aplikasi KAI *Access*. Total nilai rata-rata variabel Pembelian Ulang adalah 4,23, dan total tingkat responden (TCR) nilai yang diperoleh sebesar 85% dengan kriteria setuju. Penelitian tingkat capaian responden (TCR) terendah Pembelian Ulang 79% keterangan Netral dengan rata-rata 3,94 pada pernyataan ke-4 (Y5) dan 77% dengan rata-rata nilai 3.87 pada pernyataan ke-12 (Y12) dengan pernyataan saya tidak tertarik untuk mencoba aplikasi lain untuk

pembelian tiket kereta api,, saya merasa bahwa aplikasi KAI *Access* memenuhi semua kebutuhan yang diinginkan sehingga tidak perlu mencari alternatif lain.

4.3.2. Distribusi Pendapatan Responden Mengenai Variabel Kualitas Pelayanan (X_1)

Tabel di bawah ini menunjukkan distribusi tabulasi data dari jawaban responden untuk masing-masing item variabel, berdasarkan data yang diperoleh dari kuesioner tentang Kualitas Pelayanan (X_1).

Tabel 4. 6
Tabulasi Data Responden Variabel Kualitas Pelayanan (X_1)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Rata-rata	TRC	Keterangan
1	X1.P1	33	55	12	0	0	4.21	84%	Setuju
2	X1.P2	31	53	12	4	0	4.11	82%	Setuju
3	X1.P3	33	60	5	2	0	4.24	85%	Setuju
4	X1.P4	35	58	7	0	0	4.28	86%	Setuju
5	X1.P5	24	59	7	10	0	3.97	79%	Netral
6	X1.P6	33	56	11	0	0	4.22	84%	Setuju
7	X1.P7	34	54	12	0	0	4.22	84%	Setuju
8	X1.P8	36	53	9	2	0	4.23	85%	Setuju
9	X1.P9	22	51	13	14	0	3.81	76%	Netral
10	X1.P10	35	58	7	0	0	4.28	86%	Setuju
11	X1.P11	36	57	7	0	0	4.29	86%	Setuju
12	X1.P12	34	62	4	0	0	4.3	86%	Setuju
13	X1.P13	33	62	5	0	0	4.28	86%	Setuju
14	X1.P14	32	63	5	0	0	4.27	85%	Setuju
15	X1.P15	36	56	8	0	0	4.28	86%	Setuju
Total							4,20	84%	Setuju

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 26

Berdasarkan informasi yang ditunjukkan dalam pernyataan, menurut tabel 4.6, kriteria penelitian menunjukkan responden tertinggi 86% memberikan jawaban Setuju pada variabel Kualitas Pelayanan, dengan total nilai rata-rata yang tercatat pada tingkat capaian responden (TCR) 4,20 pada variabel Kualitas

Pelayanan dan nilai total tingkat capaian responden (TCR) sebesar 84% dengan kriteria setuju. Nilai variabel Kualitas Pelayanan juga memiliki rata-rata 4,28 pada pernyataan ke-4, 4,28 pada pernyataan ke-10, 4,29 pada pernyataan ke-11, 4,3 pada pernyataan ke-12, 4,28 pada pernyataan ke-13, dan 4,28 pada pernyataan ke-15. pada variabel kualitas pelayanan pernyataan ke-4, ke-10, ke-11, ke-12, ke-13, ke-15 ($X_{1,4,10,11,12,13,15}$) dengan pernyataan saya merasa puas dengan keandalan sistem pemesanan tiket pada aplikasi KAI *Access*, saya merasa yakin dengan keamanan yang diberikan aplikasi KAI *Access*, saya merasa puas dengan aplikasi KAI *Access* dalam memberikan jaminan dan kerahasiaan data pribadi pengguna, saya merasa puas dengan aplikasi KAI *Access* dalam memberikan informasi informasi yang jelas, saya merasa yakin bahwa aplikasi KAI *Access* dapat memahami kebutuhan dan harapan bagi pengguna, saya merasa mendapatkan bantuan dan dukungan saat menggunakan aplikasi KAI *Access*.

Penelitian tingkat capaian responden (TCR) terendah Kualitas Pelayanan sebanyak 76% responden memberikan tanggapan Netral dengan rata-rata 3,81 pada pernyataan ke-5, ke-9 ($X_{1,5,9}$) dengan pernyataan saya tidak pernah mengalami masalah dalam melakukan pemesanan tiket kereta api pada aplikasi KAI *Access*, saya sering mengalami keterlambatan dalam melakukan pembayaran tiket kereta api pada aplikasi KAI *Access*.

4.3.3. Distribusi Pendapat Responden Mengenai Variabel Kemudahan Penggunaan (X_2)

Berdasarkan data yang didapatkan dari kuesioner tentang Kemudahan Penggunaan (X_2) dapat dilihat distribusi tabulasi data dari tanggapan responden terhadap item-item variabel yang tercantum dalam tabel berikut.

Tabel 4. 7
Tabulasi Data Responden Variabel Kemudahan Penggunaan (X_2)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Rata-rata	TCR	Keterangan
1	X2.P1	32	65	2	1	0	4,28	86%	Setuju
2	X2.P2	35	53	10	2	0	4,21	84%	Setuju
3	X2.P3	30	68	2	0	0	4,28	86%	Setuju
4	X2.P4	34	59	7	0	0	4,27	85%	Setuju
5	X2.P5	30	63	7	0	0	4,23	85%	Setuju
6	X2.P6	31	67	2	0	0	4,29	86%	Setuju
7	X2.P7	35	59	4	2	0	4,27	85%	Setuju
8	X2.P8	35	59	6	0	0	4,29	86%	Setuju
9	X2.P9	21	72	7	0	0	4,14	83%	Setuju
10	X2.P10	28	70	2	0	0	4,26	85%	Setuju
11	X2.P11	28	70	2	0	0	4,26	85%	Setuju
12	X2.P12	26	66	8	0	0	4,18	84%	Setuju
13	X2.P13	30	62	8	0	0	4,22	84%	Setuju
14	X2.P14	30	64	6	0	0	4,24	85%	Setuju
15	X2.P15	28	62	6	4	0	4,14	83%	Setuju
Total							4,24	85%	Setuju

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 26

Berdasarkan informasi data pada tabel 4.7, total rata-rata nilai variabel Kemudahan Penggunaan adalah sebesar 4,24 dan tingkat responden (TCR) mencapai 85% yang termasuk dalam kategori Setuju. Selain itu, Berdasarkan pernyataan dalam tabel tersebut, jawaban tertinggi dari responden tertinggi pada tingkat capaian responden (TCR) untuk Kemudahan Penggunaan adalah 86% dengan keterangan Setuju, serta rata-rata nilai 4,28 pada pernyataan ke-3, 4,29 pada pernyataan ke-6 dan ke-8 (X_2 . 3,6 dan 8) pernyataan saya merasa bahwa fitur layanan yang ada pada aplikasi KAI *Access* mudah dimengerti, saya merasa

aplikasi KAI *Access* memberikan kemudahan dalam menyelesaikan transaksi dengan cepat tanpa kesulitan dan saya merasa bahwa aplikasi KAI *Access* dibuat untuk memudahkan pengguna dalam melakukan transaksi.

Tingkat capaian responden (TCR) terendah Kualitas Pelayanan 83% responden memberikan keterangan Setuju dengan nilai rata-rata 4,14 pada pernyataan ke-9 dan ke-15 (X_{2.9} dan X_{2.15}) dengan pernyataan saya merasa dalam menggunakan aplikasi KAI *Access* tidak memerlukan usaha yang berlebihan dan saya merasa puas bahwa dalam proses pembelian tiket kereta melalui aplikasi KAI *Access* berjalan dengan mudah dan tidak membingungkan.

4.4. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda yang digunakan pada penelitian ini bertujuan untuk membuktikan hipotesis mengenai pengaruh variabel Pembelian Ulang, Kualitas Pelayanan, dan Kemudahan Penggunaan secara persial maupun secara bersama-sama. Perhitungan statistik dalam analisis regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan bantuan program komputer SPSS 26.

Tabel 4. 8
Hasil Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

1	(Constant)	32.164	4.129		7.789	0,000
	Kualitas PelayananX1	0.380	0.115	0.497	3.315	0.001
	Kemudahan PenggunaanX2	0.116	0.120	0.145	0.970	0.334

a. Dependent Variable: Pembelian ulangY

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 26

Persamaan linear berganda berikut ditampilkan dalam tabel 4.8:

$$\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$\hat{Y} = 32,164 + 0,380X_1 + 0,116X_2$$

4.5. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk memastikan apakah ada terdapat pelanggaran terhadap asumsi-asumsi klasik dalam model regresi berganda yang digunakan.

4.5.1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah model regresi variabel dependen dan independen memberikan kostribusi atau tidak.

Tabel 4. 9
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Unstandardized Residual
N	100

Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0.0000000
	Std. Deviation	4.50696431
Most Extreme Differences	Absolute	0.087
	Positive	0.087
	Negative	-0.067
Test Statistic		0.087
Asymp. Sig. (2-tailed)		.059 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS 26

Nilai residual dianggap berdistribusi normal, seperti yang ditunjukkan pada tabel 4.9, dikarenakan hasil uji normalitas menunjukkan signifikan $0,059 > 0,05$.

4.5.2. Uji Multikolinearitas

Tabel 4. 10
Uji Multikolineritas

Model	Unstandardized Coefficients		Coefficients ^a			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	T	Sig.	Tolerance	VIF
(Constant)	32.164	4.129		7.789	0,000		
1 Kualitas PelayananX1	0.38	0.115	0.497	3.315	0.001	0.28	3.573
Kemudahan Penggunaan X2	0.116	0.12	0.145	0.97	0.334	0.28	3.573

a. Dependent Variable: Pembelian ulangY

Sumber : Hasil Pengolahan SPPS 26

Pada tabel 4.10, tidak ditemukan adanya multikolineritas di antara variabel independen dalam model regresi, Hal ini terlihat dari nilai *tolerance* dan VIF (*Variance Inflation Factor*). Nilai *tolerance* dapat ditemukan pada variabel Kualitas Pelayanan (X_1) sebesar $0,28 > 0,10$. Kemudahan Penggunaan (X_2) $0,28$

$> 0,10$. Sedangkan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) untuk Kualitas Pelayanan (X_1) adalah $3,573 < 10,00$ dan untuk Kemudahan Penggunaan (X_2) adalah $3,573 < 10,00$ Keduanya lebih kecil dari 10,00 berdasarkan hasil ini, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas.

4.5.3. Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas ini digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas. Persyaratannya yang harus dipenuhi tidak terjadi heteroskedastisitas, jika nilai signifikan $> 0,05$ pada penelitian ini menggunakan Uji Glesjer.

Tabel 4. 11
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	T	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	-2.246	2.244		-1.001	0.319
1 Kualitas PelayananX1	-0.034	0.062	-0.100	-0.542	0.589
Kemudahan Penggunaan X2	0.127	0.065	0.359	1.947	0.054

a. Dependent Variable: Pembelian Ulang

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS 26

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas metode Glajser dapat dilihat pada tabel 4.11. tidak ada gejala heteroskedastisitas di regresi. Untuk masing-masing variabel independen Kualitas Pelayanan dan Kemudahan Penggunaan diberikan nilai signifikan, $X_1 = 0,589$, $X_2 = 0,054 >$ dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

4.5.4. Uji Autokorelasi

Tujuan dari uji autokorelasi ini adalah untuk mengetahui apakah ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ dalam model regresi linier. Jika terjadi korelasi, maka masalah autokorelasi disebut. Model regresi yang baik tidak memiliki gejala autokorelasi. Dalam menentukan gejala atau menguji ini dapat menggunakan uji Durbin-Watson (DW) dengan ketentuan nilai DW berada diantara nilai dU (*Upper Bound*) ($4-dU$), maka hipotesis diterima yang berarti tidak terjadi outokorelasi.

Tabel 4. 12
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.625 ^a	0.390	0.378	4.553	1.868

a. Predictors: (Constant),
Kemudahan
PenggunaanX2, Kualitas
PelayananX1

b. Dependent Variable:
Pembelian ulangY

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS 26

Hasil uji autokorelasi yang tercantum pada tabel 4.12 diperoleh nilai DW sebesar 1.868. berdasarkan tabel Durbin-Watson untuk $N = 100$, $K = 2$, nilai dL (*Lower Bound*) adalah 1,6337 dan, dU (*Upper Bound*) adalah 1,7152. Dengan demikian, nilai $4 - dU$ ($4 - 1,7152$) menghasilkan 2,2848 sedangkan nilai $4 - dL$ ($4 - 1.6337$) adalah 2,3663. Hal ini menunjukkan bahwa nilai DW terletak di antara dU , ($4 - dU$), yaitu ($dU 1,7152 < DW 1,868 < dU 2,2848$). Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa tidak dapat autokorelasi pada model regresi ini menggunakan uji Durbin-Watson.

4.6 Uji Hipotesis

4.6.1 Uji Parsial (t)

Tabel 4. 13
Hasil Regresi Linier Berganda

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	32.164	4.129		7.789	0,000
1	Kualitas PelayananX1	0.380	0.115	0.497	3.315	0.001
	Kemudahan PenggunaanX2	0.116	0.120	0.145	0.970	0.334

a. Dependent Variable: Pembelian ulangY

Sumber : Hasil pengolahan SPSS 26

Menurut hasil analisis data statistik menggunakan spss 26, pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial dapat dilihat penjelasannya dengan rumus ($N-k= 100-3$ jadi 97 t_{tabel} 1,661) sebagai berikut.

1. Variabel Kualitas Pelayanan (X_1)

Hipotesis pertama pada penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan kriteria yang digunakan dalam penelitian ini berupa pengujian menggunakan t_{hitung} positif, berdasarkan hasil dari pengujian menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} 3,315 dan t_{tabel} 1,661 yang artinya $3,315 > 1,661$ dengan nilai sig sebesar $0,001 < 0,05$ berarti variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap pembelian ulang.

2. Variabel Kemudahan Penggunaan (X_2)

Hipotesis kedua pada penelitian ini adalah Kemudahan Penggunaan kriteria yang digunakan dalam penelitian ini berupa menggunakan t_{hitung} negatif, berdasarkan hasil dari pengujian menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} 0,970 dan t_{tabel} 1,661 yang artinya $0,970 < 1,661$ dengan nilai sig sebesar $0,334 > 0,05$ berarti variabel Kemudahan Penggunaan tidak berpengaruh terhadap pembelian ulang.

4.6.2 Uji Simultan (F)

Tabel 4. 14
Hasil Regresi Linier Berganda

ANOVA ^a						
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	1288.03	2	644.015	31.064	.000 ^b
	Residual	2010.96	97	20.732		
	Total	3298.99	99			

a. Dependent Variable: Pembelian ulangY

b. Predictors: (Constant), Kemudahan PenggunaanX2, Kualitas PelayananX1

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS 26

Pada data tabel 4.14 hasil uji simultan (F) menunjukkan nilai F_{hitung} 31,064 dan F_{tabel} 3,09 ($N-K-1=100-3-1=96$ F_{tabel} 3,09) artinya $31,064 > 3,09$ sig dengan sebesar $0,000 < 0,05$. hal tersebut menunjukkan bahwa secara bersama-sama Kualitas Pelayanan dan Kemudahan Penggunaan berpengaruh terhadap pembelian ulang.

4.6.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) adalah koefisien menunjukkan persentase pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Persentase tersebut

menunjukkan seberapa besar variabel bebas dapat menjelaskan variabel terikatnya.

Tabel 4. 15
Hasil Regresi Linier Berganda

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.625 ^a	0.390	0.378	4.553

a. Predictors:
(Constant), Kemudahan
PenggunaanX2,
Kualitas PelayananX1

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS 26

Berdasarkan tabel 4.15 diatas menjelaskan bahwa dapat dilihat nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,390 atau 39%. Hal ini mengindikasikan bahwa kontribusi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen adalah sebesar 39%, sementara sisanya 61% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini.

4.7. Pembahasan

4.7.1. Interpretasi Persamaan Regresi Linier Berganda

Persamaan regresi linier berganda diperoleh dengan memenuhi persyaratan statistik, seperti uji t dan uji F. Dengan demikian, persamaan regresi yang diajukan dapat diterapkan untuk mengukur hal-hal berikut:

$$\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$\hat{Y} = 32,164 + 0,380X_1 + 0,116X_2$$

1. Konstanta (B_0)

Berdasarkan penjelasan diatas dapat diperoleh nilai konstanta sebesar 32,164. ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan dan Kemudahan

penggunaan yang bernilai nol, maka Pembelian Ulang Tiket Kereta Api Pada Aplikasi KAI *Access* sebesar 32,164 satuan.

2. Koefisien Variabel Kualitas Pelayanan

Koefisien regresi pada variabel Kualitas Pelayanan didapatkan sebesar 0,380. ini dapat diperhatikan bahwa setiap kenaikan satu satuan Kualitas Pelayanan (X1), maka akan meningkatkan Pembelian Ulang (Y) Tiket Kereta Api Pada Aplikasi KAI *Access* adalah 0,380 satuan dengan menganggap bahwa variabel independen lainnya dalam model regresi tetap.

3. Koefisien Variabel Kemudahan Penggunaan

Nilai koefisien regresi untuk variabel Kemudahan Penggunaan adalah 0,116. ini dapat diperhatikan bahwa setiap kenaikan satu satuan Kemudahan Penggunaan (X2), maka akan meningkatkan Pembelian Ulang (Y) nilai untuk Tiket Kereta Api Pada Aplikasi KAI *Access* adalah 0,116 satuan dengan tanggapan bahwa variabel independen lainnya dalam model regresi tetap.

4.7.2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Pembelian Ulang Tiket Kereta Api Pada Aplikasi KAI *Access*

Menurut hasil yang didapatkan oleh peneliti dalam uji ini, bahwa Kualitas Pelayanan pada aplikasi KAI *Access* memengaruhi Pembelian Ulang Tiket Kereta Api dengan nilai $t_{hitung} 3,315 > t_{tabel} 1,661$ dan nilai sig $0,001 < 0,05$. sehingga dapat disimpulkan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap

Pembelian Ulang karna nilai t_{hitung} lebih besar dari pada nilai t_{tabel} dan nilai signya $< 0,05$.

Keamanan yang diberikan oleh aplikasi *KAI Access*, memiliki pengaruh besar terhadap kualitas pelayanan serta keputusan pelanggan dalam melakukan pembelian ulang. Keandalan sistem keamanan yang diterapkan dalam aplikasi *KAI Access* untuk memastikan perlindungan maksimal terhadap data pribadi serta transaksi pengguna, sehingga menumbuhkan rasa percaya dan meningkatkan kenyamanan dalam setiap proses pemesanan tiket.

Aplikasi *KAI Access* memberikan bantuan dan dukungan optimal saat menggunakan aplikasi *KAI Access*, yang memengaruhi kualitas pelayanan terhadap pembelian ulang. serta memberikan akses yang mudah ke layanan pelanggan untuk meningkatkan kenyamanan dalam penggunaan aplikasi *KAI Access*. Dukungan yang diberikan aplikasi *KAI Access* membantu pelanggan dalam mengatasi kendala yang ada, sehingga pemesanan tiket lebih lancar. Pelayanan berkualitas ini menumbuhkan kepercayaan dan kepuasan yang dapat mendorong pelanggan untuk terus menggunakan *KAI Access* dalam pembelian tiket di masa mendatang.

Menurt Kotler dan keller (2016) peningkatan kualitas pelayanan akan memberikan kontribusi yang signifikan terhadap keputusan konsumen dan konsumen akan lebih cenderung melakukan pembelian ulang apabila mereka merasa puas dengan layanan yang diberikan.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Fauzi R, Baskara, dkk, (2021) mendukung temuan penelitian ini. Judul yang diangkatnya merupakan Analisis

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Aplikasi Traveloka. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pembelian ulang melalui kepuasan pelanggan adalah layanan yang diberikan oleh perusahaan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan. Pelanggan yang puas dengan Kualitas Pelayanan yang diberikan oleh perusahaan akan lebih sering untuk melakukan Pembelian ulang.

4.7.3. Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Pembelian Ulang Tiket Kereta Api Pada Aplikasi KAI Access

Berdasarkan hasil yang didapatkan peneliti dalam penelitian ini, bahwa Kemudahan Penggunaan tidak memberikan dampak terhadap Pembelian Ulang Tiket Kereta Api melalui Aplikasi KAI Access dengan nilai $t_{hitung} 0,970 < t_{tabel} 1,661$ dan nilai $sig 0,334 > 0,05$. sehingga dapat disimpulkan Kemudahan Penggunaan tidak berpengaruh terhadap Pembelian Ulang karna nilai t_{hitung} lebih kecil dari pada nilai t_{tabel} dan nilai sig nya $> 0,05$.

Menurut Davis yang dikutip oleh Andryanto (2016) menyatakan bahwa kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai suatu tingkat atau keadaan dimana seseorang yakin bahwa dengan menggunakan sistem tertentu tidak diperlukan usaha apapun (*free of effort*) atau teknologi tersebut dapat dengan mudah dipahami oleh pengguna.

Dalam menggunakan aplikasi KAI Access, pengguna tidak perlu mengeluarkan usaha yang berlebihan dan penggunaan aplikasi ini cukup sederhana, sehingga pengguna dapat dengan mudah melakukan berbagai

transaksi tanpa mengalami kesulitan yang berarti, meskipun aplikasi ini menawarkan kemudahan dalam penggunaannya, faktor tersebut tidak secara langsung memengaruhi keputusan pengguna untuk melakukan pembelian ulang.

Oleh karena itu, penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan saja tidak cukup untuk mendorong pelanggan melakukan pembelian ulang. Ini juga disebabkan keterbatasan pelanggan dalam melakukan pemesanan tiket di aplikasi *KAI Access*, sehingga masih ada pengguna yang melakukan pembelian tiket secara langsung, yang tidak hanya terdiri dari kalangan anak muda tetapi juga mencakup orang tua yang mungkin merasa kurang paham menggunakan teknologi untuk pemesanan tiket kereta api pada aplikasi *KAI Access*.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya Rumagit, m. F., tumbuan, w. J., & lintong, d. C. (2022) dengan judul Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kualitas Pelayanan, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Layanan Go-Food Di Kota Manado. Pada variabel kemudahan penggunaan tidak berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun kemudahan penggunaan aplikasi tersedia, konsumen tidak menjadikannya sebagai faktor utama dalam pengambilan keputusan untuk membeli makanan melalui layanan Go-Food di Kota Manado.

4.7.4. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Pembelian Ulang Tiket Kereta Api Pada Aplikasi *KAI Access*

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bagaimana Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kemudahan Penggunaan berpengaruh terhadap Pembelian Ulang Tiket Kereta Api melalui Aplikasi *KAI Access* pada pelanggan pengguna kereta

api Pariaman *Express*. Hal ini terbukti dari hasil nilai F_{hitung} yang diperoleh sebesar F_{hitung} 31,064 dan F_{tabel} 3,09 artinya $31,064 > 3,09$. Ini menunjukkan bahwa terdapatnya pengaruh secara simultan (F) antara variabel independen dan variabel dependen.

Berdasarkan penelitian diatas dikaitkan dengan teori kualitas pelayanan dan kemudahan penggunaan terdapat saling berhubungan dalam memberikan layanan yang tinggi dan kemudahan yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen dalam melakukan pembelian ulang.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Herawati S, Saktiendi E, dkk, Universitas Gunadarma (2022), judul yang diangkat Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi KAI *Access* Terhadap Kepuasan Konsumen PT Kereta Api Indonesia (Persero). Hasil penelitian ini menunjukkan secara bersamaan, kualitas pelayanan, promosi, dan kemudahan penggunaan aplikasi KAI *Access* memberikan pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen. Dalam penelitian ini juga dijelaskan bahwa ketiga faktor ini saling terkait dan berkontribusi untuk menciptakan pengalaman positif bagi pengguna.

4.7.5. Determinasi Kualitas Pelayanan dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Pembelian Ulang Tiket Kereta Api Pada Aplikasi KAI *Access*

Hasil uji determinasi R^2 sebesar 0,390 dengan persentase 39%. Hal menunjukkan bahwa variabel independen Kualitas Pelayanan dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Pembelian Ulang memiliki persentase sumbang yang sebesar 39%. Ini dikarenakan daerah yang diteliti, kereta api masih belum

menjadi pilihan utama bagi mayoritas masyarakat. Hal ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor, seperti keterbatasan jalur kereta api, ketersediaan pilihan transportasi alternatif yang lebih *fleksibel*, serta preferensi masyarakat terhadap penggunaan kendaraan pribadi atau transportasi darat lainnya. Meskipun layanan kereta api terus berkembang, penggunaannya masih belum mendominasi dibandingkan dengan pilihan transportasi lain di wilayah tersebut.

Dengan kata lain variabel, independen Kualitas Pelayanan dan Kemudahan Penggunaan yang dapat menjelaskan variabel dependen sebesar 39% sedangkan sisanya 61% terpengaruh oleh faktor- faktor atau variabel lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini.

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Menunjukkan pada penjelasan dan pembahasan sebelumnya, kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini mengajukan hipotesis pertama yaitu Kualitas Pelayanan pada Aplikasi KAI Access memengaruhi pembelian ulang tiket kereta api, karena hasil dari nilai sig sebesar 0,001 yang berarti nilai signya kurang dari probabilitas $0,001 < 0,05$, karena itu, hipotesis (H_1) diterima. Variabel Kualitas Pelayanan mempunyai t_{hitung} 3,315 dan t_{tabel} 1,661.

2. Penelitian ini mengajukan hipotesis kedua yaitu Kemudahan Penggunaan pada Pembelian Ulang Tiket Kereta Api melalui Aplikasi KAI *Access* tidak signifikan, karena nilai sig yang diperoleh adalah 0,334 yang lebih besar dari nilai probabilitas yang ditentukan $0,334 > 0,05$, sehingga hipotesis (H_2) ditolak. Variabel yang berkaitan dengan Kemudahan Penggunaan adalah t_{hitung} 0,970 dan t_{tabel} 1,661.
3. Penelitian ini mengungkapkan bahwa terdapat pengaruh, pelanggan kereta api pariwisata *express* menilai Kualitas Pelayanan dan Kemudahan Penggunaan aplikasi KAI *Access* saat pembelian ulang tiket kereta api. Ini menunjukkan bahwa dengan nilai F_{hitung} 31,064 dan F_{tabel} 3,09 artinya $31,064 > 3,09$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen saling mempengaruhi.

Berdasarkan hasil uji R Square yang didapatkan sebesar 39%. Ini menunjukkan bahwa presentase sumbangan pengaruh variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen sebesar 39%. Dan variabel yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini sebesar 61%.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dijelaskan maka saran peneliti terkait hasil penelitian sebagai berikut:

1. Dilihat dari uji t Kualitas Pelayanan pada aplikasi KAI *Access* memengaruhi Pembelian Ulang Tiket Kereta Api, sebaiknya perusahaan dapat mempertahankan dan meningkatkan Kualitas Pelayanan dengan cara memberikan edukasi kepada pelanggan kereta api tentang penggunaan

Aplikasi KAI *Access* tersebut, Dengan memastikan bahwa pengalaman pengguna tetap memuaskan dan memenuhi harapan pelanggan dan diharapkan pelanggan akan terus merasa puas dan cenderung untuk melakukan pembelian tiket secara berulang-ulang.

2. Dilihat dari uji F Kualitas Pelayanan dan Kemudahan Penggunaan memiliki pengaruh terhadap pembelian ulang, sebaiknya perusahaan dapat mempertahankan Kualitas Pelayanan dan kemudahan penggunaan, sehingga pelanggan dapat lebih mudah melakukan pembelian ulang tiket kereta api pada aplikasi KAI *Access*. Selain itu, kemudahan penggunaan aplikasi KAI *Access* juga menjadi faktor utama yang harus diperhatikan, dalam meningkatkan kemudahan dan kenyamanan dalam mengakses aplikasi KAI *Access* seperti memperbarui antarmuka aplikasi agar lebih baik, dan memberikan respon yang cepat terhadap setiap masalah atau keluhan yang muncul, serta memastikan kualitas pelayanannya tetap baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Sugiyono. 2013. **Metode Penelitian Bisnis**. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2013. **Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method)**. ALFABETA
- Sugiyono. 2013. **Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D**. (Bandung: ALFABETA).
- Tjiptono, F. (2016). **Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan dan Penelitian**. Andi Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2016). **Pemasaran Esensi dan Aplikasi**. Andi Offset, Yogyakarta.
- Alfarizi, D. C., & Rismawati, R. (2021). **Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Aplikasi Kai Acces (Akses Kereta Api Indonesia)**. Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM), 10(2).
- Ananda Putri, F. (2022). **Pengaruh persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, dan kepercayaan terhadap minat penggunaan dompet digital shopeepay (Studi kasus pengguna dompet digital ShopeePay di Jakarta Timur)** (Jurnal doctoral dissertation, Unsada).
- Andini, N. (2024). **Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi KAI Access dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tiket di Era Digital**. Jurnal Adijaya Multidisplin, 2(04), 424-435.
- Bahrudin, A. (2023). **Analisis Pengaruh Implementasi Aplikasi KAI Access Terhadap Kepuasan Pengguna Layanan PT. Kereta Api Indonesia Di Kota Semarang**. Jurnal mimbar administrasi fisip untag Semarang, 20(2), 170-187.
- Baskara, R. F., Mardiatmi, B. D. A., & Argo, J. G. (2021). **Analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap pembelian ulang melalui kepuasan pelanggan pada aplikasi traveloka**. Jurnal Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi, 2(1), 1645-1659.
- DICKY, C. H. (2021). **Analisis Pengaruh Faktor Persepsi Kemudahan, Publikasi, Dan Kenyamanan Aplikasi Mobile Kai**

- Access** (studi kasus pada pengguna aplikasi KAI Access di Tulungagung). *SKRIPSI*.
- Dimas, A. (2021). **Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Repurchase Intention (Studi Kasus Distro Aye Denim Kelapa Gading)** (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta).
- Erwan, E. S., & Setiawan, E. (2023). **Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Penggunaan E-wallet Dana Pada Mahasiswa Di Kota Yogyakarta**. *Jurnal Manajemen Dirgantara*, 16(1), 129-140.
- Fauzi, D. H. (2021). **Determinasi Keputusan Pembelian Dan Pembelian Ulang** (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(6), 790-800.
- Fikri Saputra Pratama, F. (2021). **Pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi konsumen terhadap kepuasan konsumen** (Studi Kasus Steam Motor Salju Bangunan Barat, Jakarta Timur) (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta).
- Fitria, k. (2022). **Pengaruh experiential marketing dan viral marketing terhadap repurchase intention smartphone samsung di kota probolinggo** (doctoral dissertation, universitas panca marga).
- Ginting, a. p. (2023). **analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di panorama cafe dan resto berastagi** (doctoral dissertation, universitas quality berastagi).
- Herawati, S., Saktiendi, E., & Raihanah, A. (2022). **Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi KAI Access terhadap Kepuasan Konsumen PT Kereta Api Indonesia (Persero)**. *Formosa Journal of Multidisciplinary Research*, 1(6), 1391-1406.
- Marbun, M. B., Ali, H., & Dwikotjco, F. (2022). **Model Keputusan Pembelian dan Pembelian Ulang: Analisis Promosi dan Kualitas Pelayanan**. *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 1(3), 571-586.
- Marlena, E. (2019). **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Menggunakan Jasa Transportasi Kereta Api dalam Perspektif Ekonomi Is (Andini, 2024)lam (Studi Pada Konsumen PT KAI (Persero) Stasiun Tanjung Karang Bandar Lampung)** *SKRIPSI* (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).

- Muhammad Mustaqim, (2022). **“Analisis pengaruh promosi, kepercayaan, dan Kemudahan penggunaan terhadap minat beli Ulang dengan kepuasan konsumen sebagai Variabel intervening (Studi Pada Pengguna Shopee Food di Kota Semarang)”**. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Semarang.
- Nur, Z. A. M. (2024). **Pengaruh kualitas pelayanan elektronik dan kemudahan penggunaan aplikasi Access by KAI terhadap kepuasan konsumen pt. Kereta api indonesia (kAI) di kota Bandung** (Doctoral dissertation, UIN Sunan Gunung Djati Bandung).
- Permatasari, E., Luthfiana, H., Pratama, N. A., & Ali, H. (2022). **Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Ulang: Promosi, Harga Dan Produk (Literature Review Perilaku Konsumen)**. *Jurnal ilmu manajemen terapan*, 3(5), 469-478.
- Priyansah, A., Suparwo, A., & Roisah, R. (2023). **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Aplikasi KAI Access Melalui Variabel Intervening Minat Beli**. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*, 8(1), 130-139.
- Rumagit, m. F., tumbuan, w. J., & lintong, d. C. (2022). **Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kualitas Pelayanan, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Layanan Go-food di Kota Manado**, *Jurnal emba: jurnal riset ekonomi, manajemen, bisnis dan akuntansi*, 10(4).
- Saputra, H. S. (2019). **Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Layanan KAI Acces di Kota Malang**. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 7(2).
- Sembiring, E. M. (2022). **Pengaruh Persepsi Manfaat, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan E-Wallet sebagai Alat Transaksi pada Perilaku Konsumtif Generasi Z di Yogyakarta** (Doctoral dissertation, Universitas Atma Jaya Yogyakarta).
- Suryaningtyas, A. P., Basalamah, M. R., & Wahyuningtyas, N. (2023). **Pengaruh Harga, Brand Image Dan Product Quality Terhadap Pembelian Ulang Ice Cream Mixue** (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Malang). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 12(01).

LAMPIRAN**KUESIONER PENELITIAN**

Kepada Yth:

Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatra Barat

Nama : Rossi Anisa Putri

Nim : 21070059

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi

Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatra Barat

Dengan ini mengharapkan partisipasi saudara/i untuk mengisi lembar kuesioner ini dengan pilihan yang menurut saudara/i tepat. Karena jawaban yang saudara/i berikan akan sangat membantu penelitian dalam penulisan tugas akhir.

Adapun judul skripsi **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Pembelian Ulang Tiket Kereta Api Pada Aplikasi KAI Access”**. Yang merupakan syarat penyelesaian studi di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatra Barat.

Hormat Penelitian



Rossi Anisa Putri

Identitas Responden

Beri tanda checklist (✓) pada jawaban yang sesuai dengan keadaan anda.

Nama :

Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan

Pekerjaan :

Umur :

No.Hp :

Alamat :

Petunjuk Pengisian

Isilah beberapa pernyataan berikut dengan memilih salah satu kolom dengan menggunakan tanda checklist (✓) pada kolom dibawah ini, dengan keterangan:

No.	Pernyataan	Nilai
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Contoh:

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya bersedia melakukan pekerjaan apapun.	✓				

1. Pembelian Ulang (Y)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
Melakukan Pembelian Pada Merek Yang Sama						
1	Saya sering melakukan pembelian tiket pada aplikasi kai access					
2	Saya merasa puas pada aplikasi kai access memenuhi kebutuhan dalam pembelian ulang tiket kereta api					
3	Saya merasa puas dengan pengalaman pembelian tiket kereta api melalui aplikasi kai access					
4	Saya merasa puas dengan aplikasi kai access, sehingga saya akan terus melakukan pembelian tiket pada aplikasi kai access					
5	Saya tidak tertarik untuk mencoba aplikasi lain untuk pembelian tiket kereta api					

Merekomendasikan Kepada Orang Lain

1	Saya sering merekomendasikan aplikasi kai access kepada teman atau keluarga untuk melakukan pembelian tiket kereta					
2	Saya merasa puas dengan pengalaman dalam menggunakan aplikasi kai access, sehingga saya tidak ragu merekomendasikannya kepada orang lain					
3	Saya percaya merekomendasikan aplikasi kai access dapat memberikan manfaat yang baik bagi pengguna					
4	Saya merasa puas dengan layanan yang diberikan oleh aplikasi kai access					
5	Saya sering membagikan pengalaman positif tentang aplikasi kai access kepada orang lain					

Tidak Ingin Pindah Ke Yang Lain

1	Saya merasa puas dengan aplikasi kai access sehingga saya tidak tertarik untuk mencoba aplikasi lainnya					
2	Saya merasa bahwa aplikasi kai access memenuhi semua kebutuhan yang saya inginkan sehingga tidak perlu mencari alternatif lain					

3	Saya merasa memiliki pengalaman yang baik dalam menggunakan aplikasi kai access					
4	Saya lebih memilih untuk tetap menggunakan aplikasi kai access dari pada beralih ke aplikasi lain					
5	Saya percaya bahwa aplikasi kai access adalah pilihan terbaik untuk kebutuhan saya					

2. Kualitas Pelayanan (X1)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
----	------------	----	---	---	----	-----

Bukti Fisik (*Tangible*)

1	Saya sering menggunakan aplikasi kai access					
2	Saya pernah mengalami kesulitan dalam menggunakan aplikasi kai access					
3	Saya merasa bahwa informasi yang disediakan dalam aplikasi kai access mudah diakses dan dipahami					

Keandalan (*Reliability*)

1	Saya merasa puas dengan keandalan sistem pemesanan tiket pada aplikasi kai access					
2	Saya sering mengalami masalah dalam melakukan pemesanan tiket kereta pada aplikasi kai access					
3	Saya merasa aplikasi kai access dapat diandalkan dalam memberikan pelayanan yang baik pada pelanggan					

Daya Tanggap (*Responsiveness*)

1	Saya merasa puas pada aplikasi kai access dalam menanggapi pembatalan tiket kereta api					
2	Saya merasa puas dengan aplikasi kai access dalam memberikan solusi yang cepat ketika saya menghadapi masalah					
3	Saya sering mengalami keterlambatan dalam melakukan pembayaran tiket kereta api pada aplikasi kai access					

Jaminan (*Assurance*)

1	Saya merasa yakin dengan keamanan yang diberikan aplikasi kai access					
2	Saya merasa puas dengan aplikasi kai access dalam memberikan jaminan dan kerahasiaan data pribadi pengguna					
3	Saya merasa puas dengan aplikasi kai access dalam memberikan informasi yang jelas					

Empat (Empathy)

1	Saya merasa yakin bahwa aplikasi kai access dapat memahami kebutuhan dan harapan bagi pengguna					
2	Saya merasa bahwa aplikasi kai access memberikan informasi yang baik dan bermanfaat bagi pengguna					
3	Saya merasa mendapatkan bantuan dan dukungan saat menggunakan aplikasi kai access					

3. Kemudahan Penggunaan (X2)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
----	------------	----	---	---	----	-----

Sistem Jelas Dan Mudah Dimengerti

1	Saya merasa bahwa petunjuk penggunaan dalam aplikasi kai access mudah dipahami					
2	Saya sering merasa bingung saat menggunakan aplikasi kai access					
3	Saya merasa bahwa fitur layanan yang ada pada aplikasi kai access mudah dimengerti					
4	Saya merasa nyaman menggunakan aplikasi kai access karena sistemnya mudah dimengerti					
5	Saya merasa puas dan tidak mengalami kesulitan dalam memahami cara menggunakan aplikasi kai access					

Tidak Membutuhkan Banyak Usaha Untuk Menggunakan Sistem

1	Saya merasa bahwa aplikasi kai access memberikan kemudahan dalam menyelesaikan transaksi dengan cepat dan tanpa kesulitan					
---	---	--	--	--	--	--

2	Saya merasa bahwa tidak perlu menghabiskan banyak waktu untuk mempelajari aplikasi kai access					
3	Saya merasa bahwa aplikasi kai access dibuat untuk memudahkan pengguna dalam melakukan transaksi					
4	Saya merasa dalam menggunakan aplikasi kai access tidak memerlukan usaha yang berlebihan					

Sistem Mudah Digunakan

1	Saya merasa bahwa aplikasi memudahkan dalam melakukan pembelian tiket kereta					
2	Saya merasa bahwa semua fitur yang ada pada aplikasi kai access mudah diakses dan digunakan					
3	Saya merasa puas pada aplikasi kai access yang mudah menyelesaikan transaksi tanpa bantuan orang lain					

Sistem Mudah Digunakan Sesuai Dengan Apa Yang Ingin Pengguna

1	Saya merasa bahwa aplikasi kai access memiliki antarmuka yang baik, sehingga dapat dengan mudah memahami cara menggunakannya					
2	saya merasa puas dengan aplikasi kai access dalam memberikan petunjuk yang jelas pada pengguna					
3	Saya merasa puas bahwa dalam Proses pembelian tiket kereta pada aplikasi kai access tidak membingungkan					

TABULASI DATA PEMBELIAN ULANG (Y)

No	Y P1	Y P2	Y P3	Y P4	Y P5	Y P6	Y P7	Y P8	Y P9	Y P10	Y P11	Y P12	Y P13	Y P14	Y P15	TOTAL Y1
1	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	74
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	58
4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	72
5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	71
6	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	59
7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
8	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	73
9	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	67
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
11	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	61
12	3	4	4	4	3	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	64
13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
14	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	73
15	3	4	3	4	2	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	52
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
17	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	50
18	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	73
19	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	57
20	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	62
21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
22	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	64
23	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
25	4	4	4	4	4	3	4	5	5	5	4	4	4	4	4	62
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
28	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	59
29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	74
30	3	5	4	4	3	4	4	5	5	3	4	3	3	5	5	60
31	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	72
32	4	5	5	4	5	4	4	4	5	3	5	4	4	5	4	65
33	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
34	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	59

35	4	3	3	5	3	4	5	4	5	3	5	5	3	3	4	59
36	5	5	5	5	3	5	5	5	5	4	3	5	5	4	5	69
37	5	4	5	4	2	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	58
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	58
39	5	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	58
40	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	58
41	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	54
42	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	59
43	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	74
44	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
45	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	72
46	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	72
47	4	5	4	3	3	5	3	4	5	4	5	3	4	4	4	60
48	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	3	5	5	5	70
49	4	5	4	4	3	4	4	5	5	3	4	3	5	5	5	63
50	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	68
51	4	5	4	4	5	4	4	4	5	3	5	3	5	5	5	65
52	4	3	4	5	3	4	4	4	4	4	4	3	5	5	5	61
53	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	5	3	4	5	5	59
54	4	3	4	5	4	5	4	4	5	5	5	3	4	4	4	63
55	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	58
56	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	5	5	62
57	4	4	4	4	3	4	4	5	5	5	4	3	5	5	5	64
58	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	70
59	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	3	3	4	4	64
60	4	4	4	4	2	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	54
61	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	56
62	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	5	5	5	57
63	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	3	4	4	4	65
64	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	57
65	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	5	5	5	63
66	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	67
67	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	62
68	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
69	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	59
70	3	4	4	4	4	3	4	5	5	5	4	4	4	4	4	61
71	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	59
72	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	59
73	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	61
74	3	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	3	5	5	65
75	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	60

12	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	68
13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
15	3	3	4	4	2	3	3	3	2	4	4	4	4	4	3	50
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
17	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
19	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	58
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
22	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	59
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
29	4	4	5	5	4	5	3	4	3	5	5	5	4	5	5	66
30	3	2	3	3	2	5	5	2	3	5	4	4	5	4	5	55
31	3	2	2	3	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	58
32	4	3	4	4	3	4	4	4	2	4	3	4	4	4	4	55
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	59
35	4	3	5	5	4	3	5	3	4	3	4	3	5	4	3	58
36	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	72
37	4	4	4	4	4	3	3	5	2	4	5	5	4	4	4	59
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	58
39	4	4	4	4	3	4	3	3	2	4	3	4	4	4	4	54
40	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	58
41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
42	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	59
43	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	72
44	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	72
45	5	5	5	5	2	5	5	5	3	5	5	5	5	4	4	68
46	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
47	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	58
48	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
49	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
51	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
52	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	72

53	5	5	4	5	2	3	5	5	4	5	5	4	4	3	4	63
54	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
55	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
56	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	68
57	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
58	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
59	3	3	4	4	2	3	3	3	2	4	4	4	4	4	3	50
60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
61	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
62	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
63	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	58
64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
65	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
66	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	59
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
68	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
69	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
70	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
71	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
72	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
73	4	4	5	5	4	5	3	4	3	5	5	5	4	5	5	66
74	3	2	3	3	2	5	5	2	3	5	4	4	5	4	5	55
75	3	2	2	3	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	58
76	4	3	4	4	3	4	4	4	2	4	3	4	4	4	4	55
77	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
78	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	59
79	4	3	5	5	4	3	5	3	4	3	4	3	5	4	3	58
80	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	72
81	4	4	4	4	4	3	3	5	2	4	5	5	4	4	4	59
82	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	58
83	4	4	4	4	3	4	3	3	2	4	3	4	4	4	4	54
84	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	58
85	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
86	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	59
87	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	72
88	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	72
89	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	72
90	4	4	4	4	4	3	3	5	2	4	5	5	4	4	4	59
91	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	58
92	4	4	4	4	3	4	3	3	2	4	3	4	4	4	4	54
93	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	58

94	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
95	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	59
96	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	72
97	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
98	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	59
99	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
100	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	61

TABULASI DATA KEMUDAHAN PENGGUNAAN (X2)

NO	X2 P1	X2 P2	X2 P3	X2 P4	X2 P5	X2 P6	X2 P7	X2 P8	X2 P9	X2 P10	X2 P11	X2 P12	X2 P13	X2 P14	X2 P15	TOTAL X2
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	63
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	58
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
9	5	4	4	4	5	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	60
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
11	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	59
12	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	70
13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
14	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	62
15	4	3	4	3	3	4	2	5	3	4	4	4	4	4	3	54
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
17	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
18	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	74
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
30	4	3	4	5	4	5	5	5	4	4	4	3	5	5	3	63

72	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
73	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
74	4	3	4	5	4	5	5	5	4	4	4	3	5	5	3	63
75	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	72
76	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
77	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	59
78	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
79	4	3	4	5	4	5	5	3	4	4	4	4	3	3	4	59
80	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	73
81	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	63
82	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	57
83	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	59
84	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
85	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
86	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	57
87	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
88	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	66
89	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	73
90	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	63
91	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	57
92	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	59
93	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
94	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
95	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	57
96	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
97	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	59
98	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	58
99	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	61
100	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	58

TINGKAT PENCAPAIAN RESPONDEN (TCR)

PEMBELIAN ULANG (Y)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	N	Skor	Rata-rata	TCR	Keterangan
1	Y1.P1	31	47	21	0	1	100	407	4.07	81%	Setuju
2	Y1.P2	44	48	8	0	0	100	436	4.36	87%	Setuju
3	Y1.P3	36	60	4	0	0	100	432	4.32	86%	Setuju
4	Y1.P4	38	57	5	0	0	100	433	4.33	87%	Setuju
5	Y1.P5	24	50	22	4	0	100	394	3.94	79%	Netral
6	Y1.P6	33	55	12	0	0	100	421	4.21	84%	Setuju
7	Y1.P7	36	62	2	0	0	100	434	4.34	87%	Setuju

8	Y1.P8	35	62	3	0	0	100	432	4.32	86%	Setuju
9	Y1.P9	50	50	0	0	0	100	450	4.5	90%	Sangat Setuju
10	Y1.P10	37	51	12	0	0	100	425	4.25	85%	Setuju
11	Y1.P11	35	50	15	0	0	100	420	4.2	84%	Setuju
12	Y1.P12	18	51	31	0	0	100	387	3.87	77%	Netral
13	Y1.P13	33	58	9	0	0	100	424	4.24	85%	Setuju
14	Y1.P14	36	50	14	0	0	100	422	4.22	84%	Setuju
15	Y1.P15	37	58	5	0	0	100	432	4.32	86%	Setuju
									4.23	85%	Setuju

KUALITAS PELAYANAN (X1)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	N	Skor	Rata-rata	TRC	Keterangan
1	X1.P1	33	55	12	0	0	100	421	4.21	84%	Setuju
2	X1.P2	31	53	12	4	0	100	411	4.11	82%	Setuju
3	X1.P3	33	60	5	2	0	100	424	4.24	85%	Setuju
4	X1.P4	35	58	7	0	0	100	428	4.28	86%	Setuju
5	X1.P5	24	59	7	10	0	100	397	3.97	79%	Netral
6	X1.P6	33	56	11	0	0	100	422	4.22	84%	Setuju
7	X1.P7	34	54	12	0	0	100	422	4.22	84%	Setuju
8	X1.P8	36	53	9	2	0	100	423	4.23	85%	Setuju
9	X1.P9	22	51	13	14	0	100	381	3.81	76%	Netral
10	X1.P10	35	58	7	0	0	100	428	4.28	86%	Setuju
11	X1.P11	36	57	7	0	0	100	429	4.29	86%	Setuju
12	X1.P12	34	62	4	0	0	100	430	4.3	86%	Setuju
13	X1.P13	33	62	5	0	0	100	428	4.28	86%	Setuju
14	X1.P14	32	63	5	0	0	100	427	4.27	85%	Setuju
15	X1.P15	36	56	8	0	0	100	428	4.28	86%	Setuju
TOTAL									4.20	84%	Setuju

KEMUDAHAN PENGGUNAAN (X2)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	N	Skor	Rata-rata	TCR	Keterangan
1	X2.P1	32	65	2	1	0	100	428	4.28	86%	Setuju
2	X2.P2	35	53	10	2	0	100	421	4.21	84%	Setuju
3	X2.P3	30	68	2	0	0	100	428	4.28	86%	Setuju
4	X2.P4	34	59	7	0	0	100	427	4.27	85%	Setuju
5	X2.P5	30	63	7	0	0	100	423	4.23	85%	Setuju
6	X2.P6	31	67	2	0	0	100	429	4.29	86%	Setuju
7	X2.P7	35	59	4	2	0	100	427	4.27	85%	Setuju
8	X2.P8	35	59	6	0	0	100	429	4.29	86%	Setuju

9	X2.P9	21	72	7	0	0	100	414	4.14	83%	Setuju
10	X2.P10	28	70	2	0	0	100	426	4.26	85%	Setuju
11	X2.P11	28	70	2	0	0	100	426	4.26	85%	Setuju
12	X2.P12	26	66	8	0	0	100	418	4.18	84%	Setuju
13	X2.P13	30	62	8	0	0	100	422	4.22	84%	Setuju
14	X2.P14	30	64	6	0	0	100	424	4.24	85%	Setuju
15	X2.P15	28	62	6	4	0	100	414	4.14	83%	Setuju
									4.24	85%	Setuju

UJI REABILITAS

PEMBELIAN ULANG (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.767	16

KUALITAS PELAYANAN (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.769	16

KEMUDAHAN PENGGUNAAN (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.776	16

UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0.0000000
	Std. Deviation	4.50696431
Most Extreme Differences	Absolute	0.087
	Positive	0.087
	Negative	-0.067
Test Statistic		0.087
Asymp. Sig. (2-tailed)		.059 ^c

a. Test distribution is Normal.

UJI MULTIKOLINERITAS

Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics		
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Tolerance	VIF	
	B	Std. Error	Beta					
	(Constant)	32.164	4.129		7.789	0,000		
1	Kualitas PelayananX1	0.38	0.115	0.497	3.315	0.001	0.28	3.573
2	Kemudahan PenggunaanX	0.116	0.12	0.145	0.97	0.334	0.28	3.573

a. Dependent Variable: Pembelian ulang Y

UJI HETEROSKEDASTISITAS

Model	Coefficients ^a					
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
	(Constant)	-2.246	2.244		-1.001	0.319
1	Kualitas PelayananX1	-0.034	0.062	-0.100	-0.542	0.589

Kemudahan PenggunaanX2	0.127	0.065	0.359	1.947	0.054
------------------------	-------	-------	-------	-------	-------

a. Dependent Variable: Pembelian Ulang

UJI AUTOKORELASI

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.625 ^a	0.390	0.378	4.553	1.868

a. Predictors: (Constant),
Kemudahan PenggunaanX2,
Kualitas PelayananX1

b. Dependent Variable:
Pembelian ulangY

HASIL REGRESI LINIER BERGANDA

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	32.164	4.129		7.789	0,000
	Kualitas PelayananX1	0.380	0.115	0.497	3.315	0.001
	Kemudahan PenggunaanX2	0.116	0.120	0.145	0.970	0.334

a. Dependent Variable: Pembelian ulangY

UJI PARSIAL (t)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	32.164	4.129		7.789	0,000
	Kualitas PelayananX1	0.380	0.115	0.497	3.315	0.001
	Kemudahan PenggunaanX2	0.116	0.120	0.145	0.970	0.334

a. Dependent Variable: Pembelian ulangY

UJI SIMULTAN (f)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1288.03	2	644.015	31.064	.000 ^b
	Residual	2010.96	97	20.732		
	Total	3298.99	99			

a. Dependent Variable: Pembelian ulangY

b. Predictors: (Constant), Kemudahan PenggunaanX2, Kualitas PelayananX1

KOEFISIEN DETERMINASI (R²)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.625 ^a	0.390	0.378	4.553

a. Predictors: (Constant), Kemudahan PenggunaanX2, Kualitas PelayananX1

r tabel

df=(N-2)	Tingkat signifikan untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikan untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.005	0.001
36	0,2709	0,3202	0,3760	0,4128	0,5126
37	0,2673	0,3160	0,3712	0,4076	0,5066
38	0,2638	0,3120	0,3665	0,4026	0,5007
39	0,2605	0,3081	0,3621	0,3978	0,4950
40	0,2573	0,3044	0,3578	0,3932	0,4896
41	0,2542	0,3008	0,3536	0,3887	0,4843
42	0,2512	0,2973	0,3496	0,3843	0,4791
43	0,2483	0,2940	0,3457	0,3801	0,4742
44	0,2455	0,2907	0,3420	0,3761	0,4694
45	0,2429	0,2876	0,3384	0,3721	0,4647
46	0,2403	0,2845	0,3348	0,3683	0,4601

47	0,2377	0,2816	0,3314	0,3646	0,4557
48	0,2353	0,2787	0,3281	0,3610	0,4514
49	0,2329	0,2759	0,3249	0,3575	0,4473
50	0,2306	0,2732	0,3218	0,3542	0,4432
51	0,2284	0,2706	0,3188	0,3509	0,4393
52	0,2262	0,2681	0,3158	0,3477	0,4354
53	0,2241	0,2656	0,3129	0,3445	0,4317
54	0,2221	0,2632	0,3102	0,3415	0,4280
55	0,2201	0,2609	0,3074	0,3385	0,4244
56	0,2181	0,2586	0,3048	0,3357	0,4210
57	0,2162	0,2564	0,3022	0,3328	0,4176
58	0,2144	0,2542	0,2997	0,3301	0,4173
59	0,2126	0,2521	0,2972	0,3274	0,4110
60	0,2108	0,2500	0,2948	0,3248	0,4079
61	0,2091	0,2480	0,2925	0,3223	0,4048
62	0,2075	0,2461	0,2902	0,3198	0,4018
63	0,2058	0,2441	0,2880	0,3173	0,3988
64	0,2042	0,2423	0,2858	0,3150	0,3959
65	0,2042	0,2404	0,2837	0,3126	0,3931
66	0,2027	0,2387	0,2816	0,3104	0,3903
67	0,2012	0,2369	0,2796	0,3081	0,3876
68	0,1997	0,2352	0,2776	0,3060	0,3850
69	0,1968	0,2335	0,2756	0,3038	0,3823
70	0,1954	0,2319	0,2737	0,3017	0,3798
71	0,1940	0,2303	0,2718	0,2997	0,3773
72	0,1927	0,2287	0,2700	0,2977	0,3748
73	0,1914	0,2272	0,2682	0,2957	0,3724
74	0,1901	0,2257	0,2664	0,2938	0,3701
75	0,1888	0,2242	0,2647	0,2919	0,3678
76	0,1876	0,2227	0,2630	0,2900	0,3655
77	0,1864	0,2213	0,2613	0,2882	0,3633
78	0,1852	0,2199	0,2597	0,2864	0,3611
79	0,1841	0,2185	0,2581	0,2847	0,3589
80	0,1829	0,2172	0,2565	0,283	0,3568
81	0,1818	0,2159	0,2550	0,2813	0,3547
82	0,1807	0,2146	0,2535	0,2796	0,3527
83	0,1796	0,2133	0,2520	0,2780	0,3507
84	0,1786	0,2146	0,2535	0,2764	0,3487
85	0,1755	0,2120	0,2505	0,2748	0,3468

86	0.1765	0.2108	0.2491	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2096	0.2477	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2084	0.2463	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2072	0.2449	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2061	0.2435	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2050	0.2422	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2039	0.2409	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2028	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242

t tabel

Df	0,05	0,025
53	1.674	2.006
54	1.674	2.005
55	1.673	2.004
56	1.673	2.003
57	1.672	2.002
58	1.672	2.002
59	1.671	2.001
60	1.671	2.000
61	1.670	2.000
62	1.670	1.999
63	1.669	1.998
64	1.669	1.998
65	1.669	1.997
66	1.668	1.997
67	1.668	1.996
68	1.668	1.995
69	1.667	1.995
70	1.667	1.994
71	1.667	1.995
72	1.666	1.993
73	1.666	1.993
74	1.666	1.993
75	1.665	1.992
76	1.665	1.992
77	1.665	1.991
78	1.665	1.991
79	1.664	1.990

80	1.664	1.990
81	1.664	1.990
82	1.664	1.989
83	1.663	1.989
84	1.663	1.989
85	1.663	1.988
86	1.663	1.988
87	1.663	1.988
88	1.662	1.987
89	1.662	1.987
90	1.662	1.987
91	1.662	1.986
92	1.662	1.986
93	1.661	1.986
94	1.661	1.986
95	1.661	1.985
96	1.661	1.985
97	1.661	1.985
98	1.661	1.984
99	1.660	1.984
100	1.660	1.984
101	1.660	1.984
102	1.660	1.983
103	1.660	1.983
104	1.660	1.983

F tabel

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76

Tabel DW

Tabel Durbin-Watson (DW), $\alpha = 5\%$

n	k=1		k=2		k=3		k=4		k=5	
	dL	dU	dL	dU	dL	dU	dL	dU	dL	dU
71	1.5865	1.6435	1.5577	1.6733	1.5284	1.7041	1.4987	1.7358	1.4685	1.7685
72	1.5895	1.6457	1.5611	1.6751	1.5323	1.7054	1.5029	1.7366	1.4732	1.7688
73	1.5924	1.6479	1.5645	1.6768	1.5360	1.7067	1.5071	1.7375	1.4778	1.7691
74	1.5953	1.6500	1.5677	1.6785	1.5397	1.7079	1.5112	1.7383	1.4822	1.7694
75	1.5981	1.6521	1.5709	1.6802	1.5432	1.7092	1.5151	1.7390	1.4866	1.7698
76	1.6009	1.6541	1.5740	1.6819	1.5467	1.7104	1.5190	1.7399	1.4909	1.7701
77	1.6036	1.6561	1.5771	1.6835	1.5502	1.7117	1.5228	1.7407	1.4950	1.7704
78	1.6063	1.6581	1.5801	1.6851	1.5535	1.7129	1.5265	1.7415	1.4991	1.7708
79	1.6089	1.6601	1.5830	1.6867	1.5568	1.7141	1.5302	1.7423	1.5031	1.7712
80	1.6114	1.6620	1.5859	1.6882	1.5600	1.7153	1.5337	1.7430	1.5070	1.7716
81	1.6139	1.6639	1.5888	1.6898	1.5632	1.7164	1.5372	1.7438	1.5109	1.7720
82	1.6164	1.6657	1.5915	1.6913	1.5663	1.7176	1.5406	1.7446	1.5146	1.7724
83	1.6188	1.6675	1.5942	1.6928	1.5693	1.7187	1.5440	1.7454	1.5183	1.7728
84	1.6212	1.6693	1.5969	1.6942	1.5723	1.7199	1.5472	1.7462	1.5219	1.7732
85	1.6235	1.6711	1.5995	1.6957	1.5752	1.7210	1.5505	1.7470	1.5254	1.7736
86	1.6258	1.6728	1.6021	1.6971	1.5780	1.7221	1.5536	1.7478	1.5289	1.7740
87	1.6280	1.6745	1.6046	1.6985	1.5808	1.7232	1.5567	1.7485	1.5322	1.7745
88	1.6302	1.6762	1.6071	1.6999	1.5836	1.7243	1.5597	1.7493	1.5356	1.7749
89	1.6324	1.6778	1.6095	1.7013	1.5863	1.7254	1.5627	1.7501	1.5388	1.7754
90	1.6345	1.6794	1.6119	1.7026	1.5889	1.7264	1.5656	1.7508	1.5420	1.7758
91	1.6366	1.6810	1.6143	1.7040	1.5915	1.7275	1.5685	1.7516	1.5452	1.7763
92	1.6387	1.6826	1.6166	1.7053	1.5941	1.7285	1.5713	1.7523	1.5482	1.7767
93	1.6407	1.6841	1.6188	1.7066	1.5966	1.7295	1.5741	1.7531	1.5513	1.7772
94	1.6427	1.6857	1.6211	1.7078	1.5991	1.7306	1.5768	1.7538	1.5542	1.7776
95	1.6447	1.6872	1.6233	1.7091	1.6015	1.7316	1.5795	1.7546	1.5572	1.7781
96	1.6466	1.6887	1.6254	1.7103	1.6039	1.7326	1.5821	1.7553	1.5600	1.7785
97	1.6485	1.6901	1.6275	1.7116	1.6063	1.7335	1.5847	1.7560	1.5628	1.7790
98	1.6504	1.6916	1.6296	1.7128	1.6086	1.7345	1.5872	1.7567	1.5656	1.7795
99	1.6522	1.6930	1.6317	1.7140	1.6108	1.7355	1.5897	1.7575	1.5683	1.7799
100	1.6540	1.6944	1.6337	1.7152	1.6131	1.7364	1.5922	1.7582	1.5710	1.7804
101	1.6558	1.6958	1.6357	1.7163	1.6153	1.7374	1.5946	1.7589	1.5736	1.7809
102	1.6576	1.6971	1.6376	1.7175	1.6174	1.7383	1.5969	1.7596	1.5762	1.7813
103	1.6593	1.6985	1.6396	1.7186	1.6196	1.7392	1.5993	1.7603	1.5788	1.7818
104	1.6610	1.6998	1.6415	1.7198	1.6217	1.7402	1.6016	1.7610	1.5813	1.7823
105	1.6627	1.7011	1.6433	1.7209	1.6237	1.7411	1.6038	1.7617	1.5837	1.7827
106	1.6644	1.7024	1.6452	1.7220	1.6258	1.7420	1.6061	1.7624	1.5861	1.7832
107	1.6660	1.7037	1.6470	1.7231	1.6277	1.7428	1.6083	1.7631	1.5885	1.7837
108	1.6676	1.7050	1.6488	1.7241	1.6297	1.7437	1.6104	1.7637	1.5909	1.7841
109	1.6692	1.7062	1.6505	1.7252	1.6317	1.7446	1.6125	1.7644	1.5932	1.7846
110	1.6708	1.7074	1.6523	1.7262	1.6336	1.7455	1.6146	1.7651	1.5955	1.7851
111	1.6723	1.7086	1.6540	1.7273	1.6355	1.7463	1.6167	1.7657	1.5977	1.7855
112	1.6738	1.7098	1.6557	1.7283	1.6373	1.7472	1.6187	1.7664	1.5999	1.7860
113	1.6753	1.7110	1.6574	1.7293	1.6391	1.7480	1.6207	1.7670	1.6021	1.7864
114	1.6768	1.7122	1.6590	1.7303	1.6410	1.7488	1.6227	1.7677	1.6042	1.7869
115	1.6783	1.7133	1.6606	1.7313	1.6427	1.7496	1.6246	1.7683	1.6063	1.7874
116	1.6797	1.7145	1.6622	1.7323	1.6445	1.7504	1.6265	1.7690	1.6084	1.7878
117	1.6812	1.7156	1.6638	1.7332	1.6462	1.7512	1.6284	1.7696	1.6105	1.7883
118	1.6826	1.7167	1.6653	1.7342	1.6479	1.7520	1.6303	1.7702	1.6125	1.7887
119	1.6839	1.7178	1.6669	1.7352	1.6496	1.7528	1.6321	1.7709	1.6145	1.7892

DOKUMENTASI

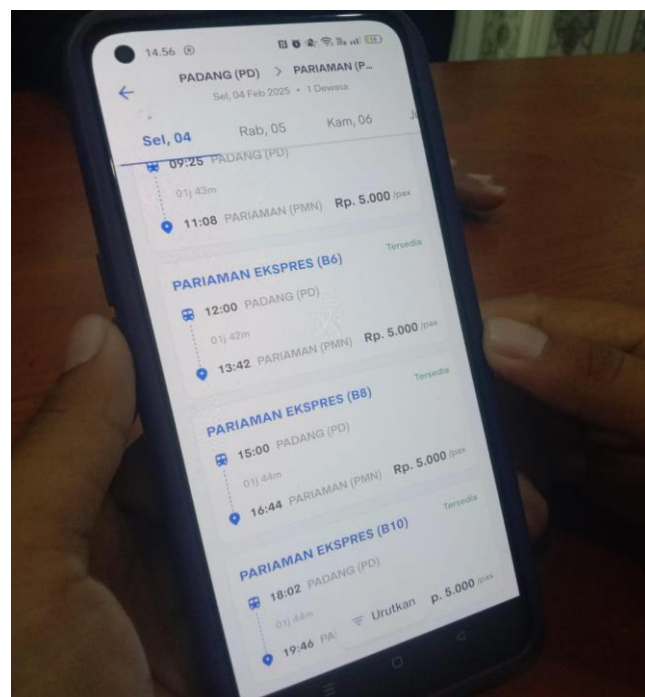


Foto Observasi Awal Pengambilan Data





Pengisian Kuesioner Secara Langsung Oleh Pelanggan Kereta Api Yang Menggunakan Aplikasi KAI Access



Jadwal Tiket Kereta Api pada Aplikasi KAI Access

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA BARAT
FAKULTAS EKONOMI

SURAT KEPUTUSAN
Nomor : 1239 / KEP /II.3/AU/F/2024

TENTANG :
PENUNJUKAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR/SKRIPSI
TAHUN AKADEMIK 2024 / 2025

Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat di Padang, setelah

Menimbang :

1. Bahwa sesuai dengan buku Pedoman Akademik Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat perlu ditetapkan Dosen Pembimbing Tugas Akhir/Skripsi untuk setiap mahasiswa;
2. Bahwa judul tugas akhir/skripsi terlebih dahulu harus mendapat persetujuan dari Dosen Pembimbing yang telah ditunjuk oleh ketua Prodi;
3. Bahwa untuk kepastian dalam pelaksanaan tugas Dosen Pembimbing Tugas Akhir/Skripsi perlu ditetapkan Surat Keputusan Dekan;

Mengingat :

1. AD dan ART Muhammadiyah
2. Undang-undang Pendidikan Nasional Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sisdiknas
3. PP Nomor 17 Tahun 2010 Tentang Pengelolaan dan penyelenggaraan Pendidikan.
4. Statuta UM Sumbar Tahun 2020
5. SK Akreditasi Nomor : 013/BAN-PT/Ak-XII/S1/VI/2009 tanggal 9 Juni 2009.
6. SK Majelis Pendidikan Tinggi Pimpinan Pusat Muhammadiyah Nomor 63/SK-MPT/III.B/1.b/1999 tanggal 11 Oktober 1999 tentang Qaedah PTM

MEMUTUSKAN

Menetapkan
Pertama : Menyetujui Judul Skripsi/tugas akhir kepada mahasiswa yang tersebut namanya dibawah ini;

Nama	: ROSSI ANISA PUTRI
Bp/NPM	: 21070059
Prodi	: Manajemen

Judul Tugas Akhir/Skripsi :

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Beli Ulang Tiket Kereta Api pada Aplikasi Kai Access


Kedua : Menunjuk :

1. Nurhaida, SE, MM Ditugaskan Sebagai Pembimbing I
2. Raftul Fedri, SE, MM Ditugaskan Sebagai Pembimbing II

Ketiga : Surat Keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk dilaksanakan sebagai amanah. Jika terdapat kekeliruan dalam penetapan ini akan ditinjau kembali sebagaimana mestinya;

Ditetapkan di : Padang
Pada tanggal : 25 Rabiul Akhir 1446
* 28 Oktober 2024

Dekan


Innu Putri Sari, S.E., M.Si
NIDN. 1019098502

Tembusan:

1. Rektor UM Sumbar
2. Yang bersangkutan



Nomor : 12394 / KEP /IL.3/AU/F/2024
 Lamp. : 1 lembar
 Hal : Pembimbing Skripsi

Padang, 25 Rabiul Akhir 1446
 28 Oktober 2024

Kepada Yth. Bpk/Ibuk/Sdr.

1. Nurhaida, SE, MM
2. Raftul Fedri, SE, MM

Staf Pengajar Fakultas Ekonomi UM Sumbar
 di
 Padang

Assalammu'alaikum wr. wb.

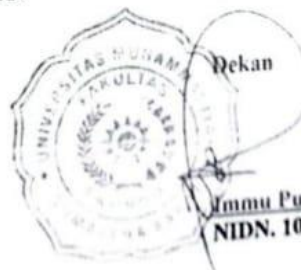
Kami sampaikan kepada Bapak/Ibuk/Sdr. bahwa mahasiswa yang akan menyelesaikan studinya diwajibkan menulis skripsi dengan baik. Untuk itu kami mengharapkan kesediaan Bapak/Ibuk/Sdr. menjadi pembimbing skripsi atas nama :

Nama	: ROSSI ANISA PUTRI
NIM	: 21070059
Program Studi	: Manajemen
Jenjang Program	: Strata 1 (S1)
Dengan Judul	: <i>Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Beli Ulang Tiket Kereta Api pada Aplikasi Kai Access</i>

Selanjutnya setiap kegiatan konsultasi bimbingan skripsi, supaya Bapak/Ibuk/Sdr. Untuk mengisi daftar kegiatan konsultasi (terlampir). Yang nantinya dikirim ke Kopertis Wilayah X.

Demikian disampaikan kepada Bapak/Ibuk/Saudara, atas perhatian dan kerjasama yang baik dari Saudara diucapkan terima kasih.

*Wabillaahi taufiq walhidayah
 Wassalammu'alaikum wr. wb.*



Rekan
 Anmu Putri Sari, S.E., M. Si
 NIDN. 1019098502



UM SUMATERA
BARAT

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA BARAT
FAKULTAS EKONOMI

Padang, 10 Mei 2024

DAFTAR KEGIATAN KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : ROSSI ANISA PUTRI
N I M : 21070059
Program Studi : Manajemen
Jenjang Program : SI
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Beli Ulang Tiket Kereta Api pada Aplikast Kai Access

No.	Tanggal Konsultasi	Usulan/Perbaikan/Penjelasan	Tanda Tangan	
			Pembimbing I	Pembimbing II
1.	29/10-24	Perbaiki sesuai arahan	<i>[Signature]</i>	
2.	7/11-24	Perbaiki sesuai arahan	<i>[Signature]</i>	
3.	23/11-24	Tambahkan teori Pbb-II	<i>[Signature]</i>	
4.	25/11-24	Lanjut Re-Pbb. II	<i>[Signature]</i>	
5.	25/11/24	pengels proposal & sampel cetak min, isitak B-141115		<i>[Signature]</i>
6.	6/12/24	All Seump		<i>[Signature]</i>
7.	6/12/24	ACC Seminar proposal	<i>[Signature]</i>	
8.	13/12/24	Lanjut penelitian	<i>[Signature]</i>	
9.	23/1-25	Perbaiki di pembatasannya	<i>[Signature]</i>	
10.	24/1-25	Lanjut Re-Pbb II	<i>[Signature]</i>	



Padang,

Dehan

Rossi Putri Sari, S.E., M.Si
NIDN. 1019098502



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA BARAT
FAKULTAS EKONOMI

Kampus 1, Jln. Pasir Kandang No. 4 Koto Tengah, Padang

DAFTAR KEGIATAN KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : ROSSI ANISA PUTRI
 N I M : 21070059
 Program Studi : Manajemen
 Jenjang Program : S1
 Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Beli Ulang Tiket Kereta Api pada Aplikasi Kai Access

No.	Tanggal Konsultasi	Usulan/Perbaikan/Penjelasan	Tanda Tangan	
			Pembimbing I	Pembimbing II
1.	30/1/25	Perbaiki Pembahasan		<i>PP</i>
2.	31/1/25	Perbaiki tabel uji validasi & pembahasan		<i>PP</i>
3.	31/1/25	Ace Semhas		<i>PP</i>
4.	31/1/25	Ace Semhas	<i>Ampt.</i>	-
5.	14/2/25	Ace Kompor	<i>Ampt.</i>	<i>PP</i>
6.	14/2/25	Ace Lumpur		<i>PP</i>
7.				
8.				
9.				
10.				

Padang,

Dekan



Immu Puteri Sari, S.E., M. Si
 MIDN. 1019098502

PERSETUJUAN SEMINAR HASIL / PROPOSAL

Telah disetujui untuk Seminar Proposal

**"PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEMUDAHAN
PENGUNAAN TERHADAP PEMBELIAN ULANG PADA TIKET
KERETA API PADA APLIKASI KAI ACCESS"**

Nama : Rossi Anisa Putri
NIM : 21070059
Program Studi : Manajemen

Disetujui Oleh

Pembimbing I



Nurhaida, SE,MM
Padang, 9 Desember 2024

Pembimbing II



Raftul Fedri, SE,MM
Padang, 9 Desember 2024

Mengetahui,
Ketua Prodi



Usmiar, SE, M.Si
Padang, 9 Desember 2024

PERSETUJUAN SEMINAR HASIL / PROPOSAL

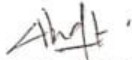
Telah disetujui untuk Seminar Hasil

"PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEMUDAHAN
PENGUNAAN TERHADAP PEMBELIAN ULANG PADA TIKET
KERETA API PADA APLIKASI KAI ACCESS"

Nama : Rossi Anisa Putri
NIM : 21070059
Program Studi : Manajemen

Disetujui Oleh

Pembimbing I



Nurhaida, SE,MM
Padang, 31 Januari 2025

Pembimbing II



Raftul Fedri, SE,MM
Padang, 31 Januari 2025

Mengetahui,
Ketua Prodi



Usmiar, SE, M.Si
Padang, 31 Januari 2025

PERSETUJUAN KOMPRE


Telah disetujui untuk KOMPRE

**"PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEMUDAHAN
PENGUNAAN TERHADAP PEMBELIAN ULANG PADA TIKET
KERETA API PADA APLIKASI KAI ACCESS"**

Nama : Rossi Anisa Putri
NIM : 21070059
Program Studi : Manajemen

Disetujui Oleh

Pembimbing I



NURHAIDA, S.E, M.M
Padang, 15 Februari 2025

Pembimbing II



RAFTUL FEDRI, SE, M.M
Padang, 15 Februari 2025

Mengetahui,
Ketua Prodi



Usmiar, SE, M.Si
Padang, 15 Februari 2025



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA BARAT
FAKULTAS EKONOMI

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME
 Nomor :227 /KET /IL.3.AU/D/2025

Operator Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat.Dengan ini menerangkan bahwa Mahasiswa dengan identitas berikut:

Nama	: Rossi Anisa Putri
N I M	: 21070059
Program Studi	: SI Manajemen
Fakultas	: Ekonomi

Judul Tugas Akhir/Skripsi:

“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP PEMBELIAN ULANG TIKET KERETA API PADA APLIKASI KAI ACCESS”

Dinyatakan sudah memenuhi syarat batas maksimal plagiarisme kurang dari 30 % pada setiap subbab naskah Tugas Akhir/Skripsi yang di susun. Surat keterangan ini digunakan sebagai prasarat untuk mengikuti ujian Tugas Akhir/Skripsi.



Mengetahui,
 Dekan
Immu Puteri Sari, S.E., M. Si
 NIDN.1019098502

Padang, 19 Februari 2025
 Operator Fakultas Ekonomi

Ratna Sari, S. Kom
 NIK. 21022017



23 Januari 2025

Nomor : KE.105/I/6/DV.2-2025
 Sifat : Terbatas
 Lampiran : -

Yth.
 Ibu Immu Puteri Sari, S.E., M.Si
 Dekan Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat - Fakultas Ekonomi
 di
 Tempat

Perihal : Surat Izin Penelitian Untuk Skripsi Mahasiswa atas nama Rossi Anisa Putri

1. Menunjuk Surat Dekan Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat - Fakultas Ekonomi, Nomor : 1448/II.3.AU/F/2024 tanggal 30 Desember 2024 perihal Mohon Izin Penelitian atas nama :

No.	Nama	No. BP	Program Studi	Judul Skripsi
1.	Rossi Anisa Putri	21070059	Manajemen	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Pembelian Ulang Tiket Kereta Api pada Aplikasi KAI Access

2. Bersama ini diberitahukan bahwa pada prinsipnya kami dapat menyetujui Penelitian dimaksud, sepanjang Penelitian yang dilaksanakan tersebut murni untuk kepentingan Akademik (tidak untuk dipublikasikan);
3. Sehubungan dengan hal tersebut di atas, dalam melakukan Penelitian dimaksud agar yang bersangkutan mematuhi tata tertib yang berlaku di Lingkungan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Divre II Sumatera Barat dan menyerahkan fotocopy Laporan Hasil Observasi/Pengambilan Data/Penelitian/Skripsi/ Tugas Akhir ke Unit Sumber Daya Manusia(SDM);
4. Menaati semua Protokol Kesehatan yang berlaku di PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Divre II Sumatera Barat dan bertanggung jawab atas kondisi kesehatannya sendiri;
5. Demikian disampaikan atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih

PT Kereta Api Indonesia (Persero)
 DIVRE II Sumatera Barat



SONI SETIAWAN

Assistant Manager Sumber Daya Manusia, Kerumahtangaan Dan Protokoler, dan Dokumen

Sehubungan dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku, surat ini sudah ditandatangani secara elektronik sehingga tidak diperlukan tanda tangan dan stempel basah.

0000000000

