



**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, HARGA DAN KEPERCAYAAN  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN KERETA API**

(Pada Pelanggan Kereta Api di Stasiun Malang Kota)

**SKRIPSI**

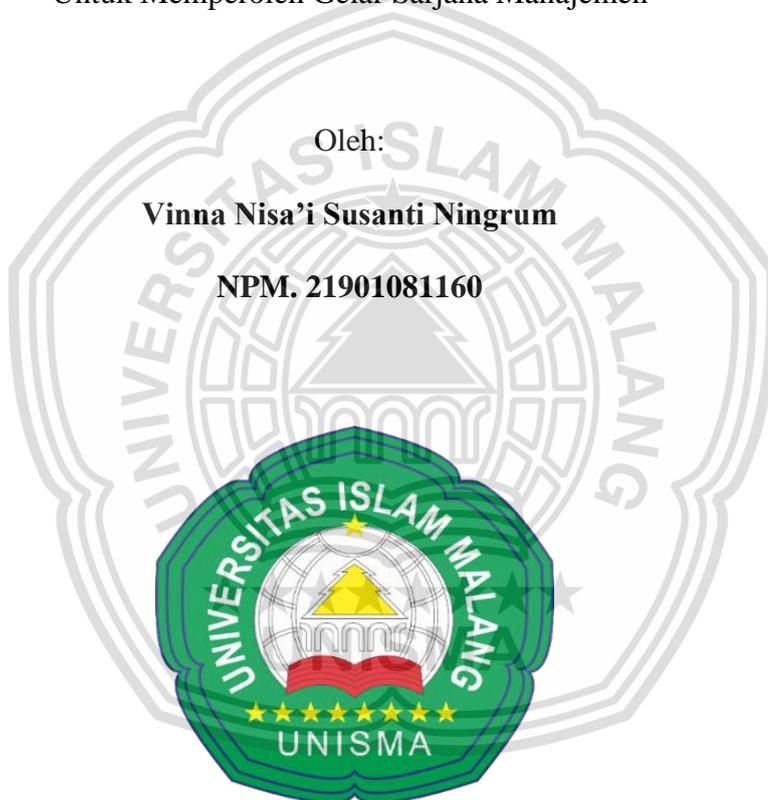
Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

**Vinna Nisa'i Susanti Ningrum**

**NPM. 21901081160**



**UNIVERSITAS ISLAM MALANG**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**MALANG**

**2023**

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas layanan, harga dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan kereta api di Stasiun Malang Kota. Dalam jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Lokasi penelitian ini dilakukan di Jl. Trunojoyo (Pintu Barat) dan Jl. Panglima Sudirman (Pintu Timur) Kiduldalem, Kec. Klojen, Kota Malang, Jawa Timur pada pelanggan KAI Stasiun Malang Kota. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini non-probability sampling yaitu menggunakan metode purposive sampling, dalam teknik ini sampel yang didapatkan harus sesuai dengan kriteria tertentu sesuai tujuan penelitian. Dalam penelitian kuantitatif ini metode atau teknik pengumpulan menggunakan angket (kuesioner). Peneliti menggunakan data primer yang diperoleh dari data kuesioner yang diolah menggunakan bantuan software SPSS for windows version 26. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, (2) Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, (3) Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

**Kata Kunci:** Kualitas Layanan, Harga, Kepercayaan, Loyalitas Pelanggan

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine how much influence service quality, price and trust on train customer loyalty at Malang City Station. In this type of research using a quantitative approach. The location of this research was conducted on Jl. Trunojoyo (West Door) and Jl. Panglima Sudirman (East Door) Kiduldalem, Kec. Klojen, Malang City, East Java at KAI customers Malang City Station. The sampling technique used in this study is non-probability sampling, namely using purposive sampling method, in this technique the sample obtained must be in accordance with certain criteria according to the research objectives. In this quantitative research, the method or collection technique uses a questionnaire. The results of this study indicate that (1) service quality has a significant effect on customer loyalty, (2) price has no significant effect on customer loyalty, (3) trust has a significant effect on customer loyalty.*

**Keywords:** *Service Quality, Price, Trust, Customer Loyalty.*

## BAB I

### PENDAHULUAN

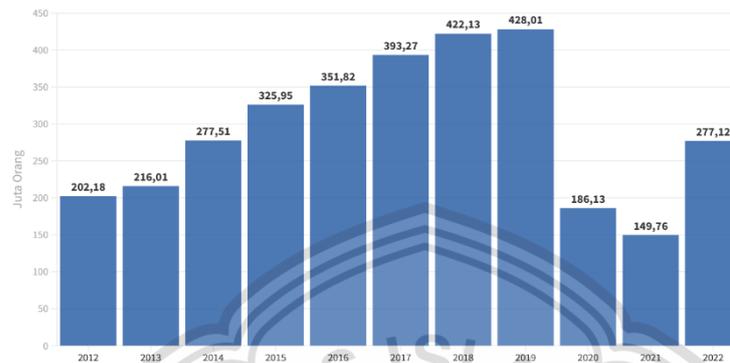
#### 1.1 Latar Belakang

Indonesia adalah negara berkembang yang masih dalam pembangunan untuk menjadi negara yang lebih baik pada semua aspek. Aspek yang digencarkan dipembangunan merupakan sarana publik, salah satu sarana yang diberikan negara untuk masyarakat ialah sarana transportasi. Perkembangan transportasi setelah zaman industrialisasi berjalan dengan sangat cepat, inovasi berkembang sangat cepat demikian juga penggunaan transportasi berjalan dengan sangat pesat, dimulai dengan penerapan mesin uap untuk angkutan kereta api dan kapal laut, kemudian dengan ditemukannya mesin dengan pembakaran dalam. Penemuan selanjutnya yang sangat memengaruhi sistem transportasi adalah dengan dikembangkannya mesin turbin gas, yang kemudian menjadi turbo jet yang digunakan pada pesawat terbang (Nur dkk., 2021).

Kereta api melayani angkutan umum dengan tujuan perjalanan jarak dekat maupun bepergian jarak jauh antar kota juga provinsi. Masyarakat kebanyakan memilih transportasi umum kereta api sebab memiliki banyak keunggulan seperti bebas macet, jadwal tepat waktu serta harga yang lebih terjangkau. Kereta api adalah salah satu alat transportasi yang telah digunakan selama berabad-abad. Dalam waktu singkat, kereta api menjadi

sangat populer sebagai alat transportasi dan berkembang ke seluruh dunia, termasuk di Indonesia.

**Gambar 1.1 Grafik Penumpang Kereta Api Indonesia Tahun 2012-2022**



Sumber: Badan Pusat Statistik

Badan Pusat Statistik (BPS) melaporkan bahwa ada 277,12 juta penumpang yang melakukan perjalanan dengan kereta api di Indonesia pada tahun 2022. Jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya, yaitu 149,76 juta orang, angka ini naik 85,04%. Pada data tersebut membuktikan bahwa penumpang kereta api dalam peningkatan setelah era Covid-19, meskipun masih belum kembali semula sebelum era Covid-19.

Berdasarkan website Tugu Malang terdapat tujuh stasiun yang masih beroperasi yaitu Stasiun Lawang, Stasiun Singosari, Stasiun Blimbing, Stasiun Malang Kota, Stasiun Kota Lama, Stasiun Kepanjen dan Stasiun Sumberpucung. Stasiun Malang Kota merupakan Stasiun Kereta Api terbesar di Kota Malang, dikarenakan berada di tengah Kota Malang mengakibatkan dilakukan peningkatan pembangunan di gedung sebelah timur. Stasiun Malang Kota beroperasi di dua gedung berbeda. Gedung sisi

barat yang berada pada Jalan Trunojoyo, Kiduldalem, Klojen, Malang untuk memberikan pelayanan kereta api lokal atau jarak dekat. Sementara gedung sisi timur yang berada pada Jalan Panglima Sudirman, Kiduldalem, Klojen, Malang untuk memberika pelayanan kereta api antar kota atau jarak jauh.

Penurunan jumlah penumpang kereta api tentunya dipengaruhi oleh beberapa faktor. Menurut Yulisetiari dkk., (2019) faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen adalah kualitas layanan, harga dan kepercayaan. Loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh kualitas layanan, karena mengacu pada kemampuan sebuah perusahaan untuk memberikan layanan yang memuaskan serta memenuhi kebutuhan pelanggan. Hal tersebut diperkuat dengan hasil penelitian berdasarkan Hadi (2021) dan Aprileny dkk., (2022) menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen. Peningkatan layanan di Stasiun Malang Kota dengan adanya inovasi layanan Cetak Tiket Mandiri (CTM) yang dibuat oleh PT. Kereta Api Indonesia (Persero) dengan tujuan memudahkan penumpang dalam mencetak tiket tanpa harus mengantri di loket stasiun.

Layanan Cetak Tiket Mandiri didasarkan oleh Keputusan Direksi PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Nomor: KEP.U/OT.104/X/4/KA-2014 Bab IX tentang Tata Kelola Teknologi Informasi. Selain itu tempat layanan Cetak Tiket Mandiri (CTM) yang berada di ruang tunggu utama dan dekat boarding dan security stasiun memiliki tempat yang lega. Tempat yang lega tersebut memberi kenyamanan kepada penumpang kereta api yang menggunakan layanan tersebut. Oleh sebab itu, tempat layanan harus ditata

ulang sehingga pada saat ada kereta api yang akan berangkat, tidak ada lagi penumpang yang menghalangi Layanan Cetak Tiket Mandiri. AC yang berada di ruang tunggu juga harus diperbaiki atau dinyalakan agar penumpang tidak kepanasan saat menunggu atau berada di ruangan tersebut. Dengan melakukan perbaikan tersebut diharapkan dapat meningkatkan pengguna sarana dan prasarana layanan Cetak Tiket Mandiri (CTM).

Loyalitas pelanggan dipengaruhi juga oleh harga, dikarenakan menjadi salah satu faktor krusial pada mensugesti loyalitas pelanggan. Hal ini menurut Aprileny dkk., (2022) menyatakan harga berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan Ronasih & Widhiastuti (2021) menyatakan harga tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen. Dalam website Tribuntravel.com, kereta api merupakan salah satu transportasi umum yang diberikan subsidi oleh pemerintah untuk meringankan tarif kereta api. Harga perbandingan tiket eksekutif dan tiket bus dengan rute yang sama dengan harga hampir setara dengan fasilitas yang berbeda. Menurut aplikasi KAI Access rute perjalanan Jakarta-Malang dengan kelas ekonomi diharga Rp. 380.000 sedangkan informasi menurut Traveloka tiket bus rute Jakarta-Malang dengan kelas vip di harga Rp. 320.000. Perbedaan harga yang hampir setara ini mejadikan pelanggan berfikir ulang untuk menggunakan jasa kereta api.

Loyalitas pelanggan juga dapat dipengaruhi oleh kepercayaan, merupakan faktor krusial dalam mempengaruhi loyalitas pelanggan.

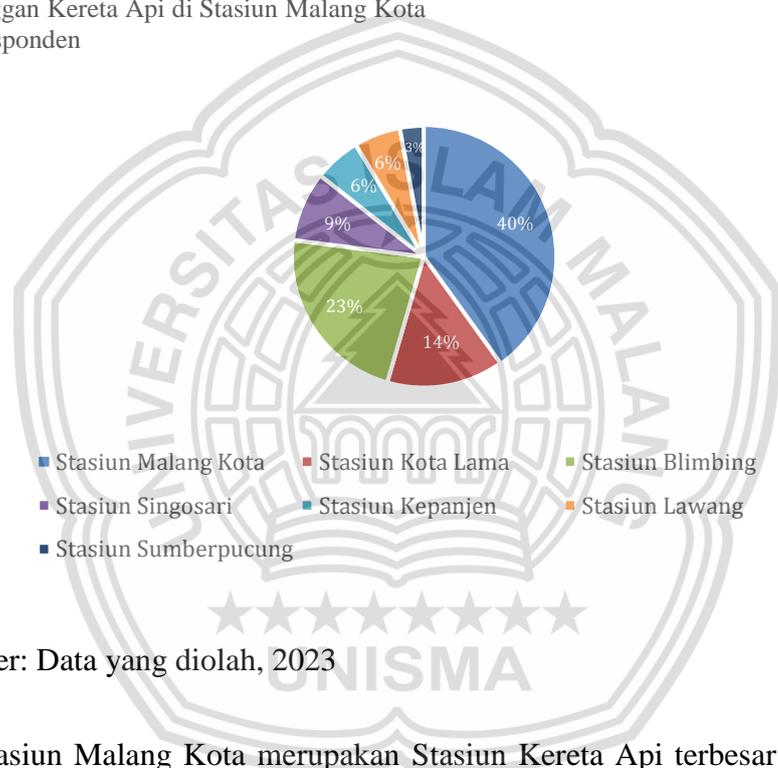
Pelanggan mengharapkan transaksi yang aman, sesuai dan informasi yang jelas. Kepercayaan adalah kunci dalam transaksi berkelanjutan. Jika Perusahaan telah mendapatkan kepercayaan konsumen, maka akan menghasilkan loyalitas. Perkembangan teknologi tidak hanya memberikan positif tetapi juga memberikan celah untuk dampak negatif. Banyak penipuan, kebobolan keamanan data pelanggan dan kejahatan di era digital. Seperti kasus-kasus yang dialami calon penumpang kereta api. Berdasarkan informasi dari kai.id, bahwa calon penumpang kereta api mengalami penipuan berkedok promo tiket, yaitu penipuan yang mengatasnamakan KAI Access dengan cara penyebaran link yang kembali ramai beredar melalui sosial media dan aplikasi percakapan tersebut memiliki ciri-ciri alamat situs yang mencurigakan. Hal di atas didukung oleh penelitian Hadi (2021) yang mengungkapkan hasil kepercayaan secara langsung berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Aprileny dkk., (2022) memperkuat hal tersebut dengan penelitiannya yang mengungkapkan kepercayaan berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan. Adanya peningkatan pelanggan kereta api di setiap tahun membuktikan bahwa masyarakat percaya kepada KAI.

Pada beberapa tahun terakhir, berdasarkan website Direktorat Jenderal Perkeretaapian Kementerian Perhubungan memuat informasi telah melakukan banyak perbaikan, pembangunan serta ekspansi jaringan kereta api. Kereta api merupakan salah satu moda transportasi yang paling efisien serta ekonomis bagi warga Indonesia, baik buat perjalanan jarak jauh

maupun dekat. Pada masa depan, kereta api akan terus berkembang serta sebagai bagian penting dari sistem transportasi dunia. Menggunakan pelayanan dan kenyamanan yang baik, masyarakat akan lebih memilih menggunakan transportasi kereta api.

**Gambar 1.2 Grafik Pra-Survei Pengguna Transportasi Kereta Api**

Pelanggan Kereta Api di Stasiun Malang Kota  
35 Responden



Sumber: Data yang diolah, 2023

Stasiun Malang Kota merupakan Stasiun Kereta Api terbesar di Kota Malang yang memiliki gerak konsumen jasa transportasi kereta api yang tinggi di Kota Malang dengan pelanggan yang memiliki karakteristik yang berbeda. Stasiun Malang Kota yang terletak di tengah kota menjadi salah satu pilihan paling banyak dituju oleh wisatawan maupun mahasiswa rantau yang berkuliah di Malang. Berdasarkan hasil pra-survei yang dilakukan peneliti pada 35 responden yang merupakan 40% responden merupakan pelanggan kereta api di Stasiun Malang Kota untuk bekerja, pulang ke

tempat asal ataupun liburan ke luar kota. Oleh karena itu, peneliti memilih lokasi ini dalam menentukan populasi karena dianggap sebagai lokasi yang tepat dalam menentukan populasi.

Berdasarkan latar belakang dan penelitian awal, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai Pengaruh Kualitas Layanan, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Kereta Api (Pada Pelanggan Kereta Api Stasiun Malang Kota).

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas maka rumusan masalah dalam penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

- a. Bagaimana pengaruh kualitas layanan, harga dan kepercayaan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan kereta api di Stasiun Malang Kota?
- b. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan kereta api di Stasiun Malang Kota?
- c. Bagaimana pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan kereta api di Stasiun Malang Kota?
- d. Bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan kereta api di Stasiun Malang Kota?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Melihat dari perumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan, harga dan kepercayaan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan kereta api di Stasiun Malang Kota.
- b. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan kereta api di Stasiun Malang Kota.
- c. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan kereta api di Stasiun Malang Kota.
- d. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan kereta api di Stasiun Malang Kota.

### 1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang didapat dari penelitian yang dilakukan sebagai berikut:

- a. Manfaat Teoritis

Hasil dari Penelitian ini dapat digunakan untuk menjelaskan teori yang digunakan masih relevan untuk penelitian penulis secara umum terkait masalah yang diteliti serta mampu meningkatkan kualitas layanan, harga dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan kereta api.

- b. Manfaat Praktis

1. Bagi Peneliti

Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan, wawasan serta keterampilan teori yang penulis peroleh

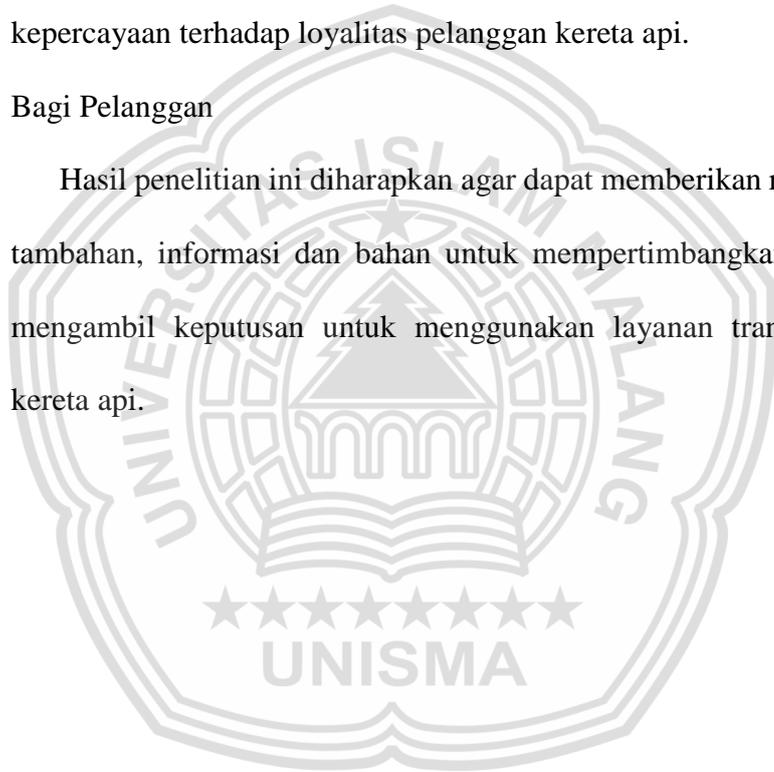
berdasarkan analisis yang berkaitan tentang kualitas layanan, harga dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan kereta api.

2. Bagi Perusahaan

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam upaya perbaikan masalah yang terkait dengan kualitas layanan, harga dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan kereta api.

3. Bagi Pelanggan

Hasil penelitian ini diharapkan agar dapat memberikan referensi tambahan, informasi dan bahan untuk mempertimbangkan dalam mengambil keputusan untuk menggunakan layanan transportasi kereta api.



## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh variabel kualitas layanan, harga dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan pada pelanggan di Stasiun Malang Kota. Berdasarkan hasil dari penelitian ini, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- a. Kualitas layanan, harga dan kepercayaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
- b. Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
- c. Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
- d. Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Dengan demikian bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan di Stasiun Malang Kota adalah kualitas layanan dan kepercayaan. Sedangkan harga tidak termasuk faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan di Stasiun Malang Kota.

#### 5.2 Keterbatasan

Dalam proses penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, terdapat beberapa keterbatasan yang dialami sehingga dapat menjadi pertimbangan untuk peneliti selanjutnya. Berikut keterbatasan yang dialami oleh peneliti:

- a. Penelitian ini mempunyai keterbatasan pada proses pengumpulan data. Keterbatasan waktu dari responden dapat mempengaruhi konsentrasi responden dalam menjawab pertanyaan yang diajukan peneliti saat mengisi kuesioner.
- b. Keterbatasan jumlah sampel, dikarenakan tidak diketahui jumlah populasi sehingga dalam penelitian ini menggunakan jumlah indikator pernyataan sebanyak 85 responden yang memungkinkan data yang didapat belum mewakili keseluruhan konsumen.

### 5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan simpulan yang telah disajikan maka selanjutnya peneliti menyampaikan saran-saran yang kiranya dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang terkait atas penelitian ini. Adapun saran-saran yang dapat peneliti sampaikan adalah sebagai berikut:

- a. Bagi Perusahaan

Diharapkan dapat memberikan manfaat kepada perusahaan dan juga dapat dijadikan manfaat terkait kualitas layanan, harga dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan. Perusahaan perlu menyusun strategi yang tepat untuk meningkatkan faktor lain yang sebanding dengan harga dengan manfaat yang diperoleh sangat mempengaruhi loyalitas pelanggan.

- b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dan bahan pertimbangan penelitian selanjutnya khususnya pada penelitian yang

sama. Peneliti mengharapkan agar peneliti selanjutnya untuk menggunakan variabel yang lain yang lebih banyak lagi untuk lebih mengetahui faktor apa saja yang bisa mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Peneliti menyadari dalam penelitian ini masih banyak kekurangan sehingga perlu adanya peneliti selanjutnya yang lebih mendalam.



## DAFTAR PUSTAKA

- Aprileny, I., Rochim, A., & Apri, J. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan. *Jesya*, 5(2), 2192–2107. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i2.808>
- Bagus, I., Indra, G., Purba, W., Gusti, I., & Tirtayani, A. (2021). *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana Pengaruh E-Price Dan E-Trust Terhadap E-Loyalty Pada Era Pandemi*. 10(02), 99–108. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/EEB/index>
- Darmawan, P. A. D. T., & Ekawati, N. . (2017). Pengaruh Kepuasan Konsumen Memediasi Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Dalam Berbelanja Pada Florist Online Di Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6. [http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=1368058&val=989&title=Pengaruh Kepuasan Konsumen Memediasi Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Dalam Berbelanja Pada Florist Online Di Denpasar](http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=1368058&val=989&title=Pengaruh%20Kepuasan%20Konsumen%20Memediasi%20Harga%20Terhadap%20Loyalitas%20Konsumen%20Dalam%20Berbelanja%20Pada%20Florist%20Online%20Di%20Denpasar)
- Ditjen Perkeretaapian ([dephub.go.id](http://dephub.go.id)). <https://djka.dephub.go.id/>
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS (IV)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gulo, W. (2002). *Metodologi Penelitian*. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Hadi, W. (2021). *Pengaruh Kualitas Layanan dan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan Guna Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Kereta Api di Stasiun Wonokromo Surabaya*. 1(69), 5–24. <http://repository.stiemahardhika.ac.id/id/eprint/2267>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management 15th edition*. In *England: Pearson Education*.
- Nur, N. K., Rangan, P. R., & Mahyuddin. (2021). Sistem Transportasi. In *Gastronomía ecuatoriana y turismo local*. (Vol. 1, Issue 69).
- Ronasih, M. Y., & Widhiastuti, H. (2021). Kualitas Pelayanan, Faktor Emosional dan Persepsi Harga terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen. *PHILANTHROPY: Journal of Psychology*, 5(1), 109. <https://doi.org/10.26623/philanthropy.v5i1.3303>
- Samsu. (2017). Metode Penelitian: (Teori dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methods, serta Research & Development). In Rusmini (Ed.), *The Lancet* (1st ed., Vol. 160, Issue 4126). Pusaka Jambi. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(01\)42777-2](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(01)42777-2)
- Supranto, J. (2007). *Teknik sampling survey & eksperimen*. Rineka Cipta, Jakarta, 33-41.
- Yulisetiari, D., Indraningrat, K., & Hijriah, H. (2019). Pengaruh nilai pelanggan,

kualitas layanan, harga, dan kepercayaan terhadap loyalitas melalui kepuasan penumpang kereta api sri tanjung jember-yogyakarta pt kai daop ix Jember. *Seminar Nasional Manajemen Dan Bisnis Ke-3 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jember*, 288–299. <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/prosiding/article/view/9176>

Yusuf, M. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan* (4th ed.). kencana.

