

Pengaruh harga tiket tarif khusus, kualitas layanan petugas, dan fasilitas fisik stasiun terhadap keputusan penggunaan transportasi kereta api

Inggrit Aulia Wati Hasanah^{1*}, Sri Setyo Iriani¹

¹Universitas Negeri Surabaya, Surabaya, Indonesia

*Email korespondensi: inggritaulia.20031@mhs.unesa.ac.id

Abstract

Trains have many enthusiasts, but currently competitive competition with bus transportation can cause consumers to switch to using this transportation. This study aims to determine and analyze the effect of special fare ticket prices, officer service quality, and station physical facilities on decisions to use train transportation services. The research methodology used is quantitative research with a survey approach using non-probability sampling techniques. Data was taken using a purposive sampling method of 200 samples. The data analysis technique used is multiple linear regression with SPSS (Statistical Package for Social Sciences) version 26. The results showed that the price of special fare tickets and the quality of station officer services had a significant positive effect on purchasing decisions, while the station's physical facilities had a significant negative effect on train usage decisions. Special fare ticket prices, officer service quality, and station physical facilities simultaneously influence train usage decisions. The practical implication of these findings is the importance of setting affordable special fare ticket prices to increase the use of rail transportation. In addition, improving the quality of station staff service, including speed of service, a sense of security, and a friendly attitude, can help attract more passengers.

Keywords: officer service quality; physical facilities; ticket prices; trains; usage decisions.

PENDAHULUAN

Transportasi memiliki peran penting untuk mendukung mobilitas suatu wilayah. Menurut data dari Badan Pusat Statistik Indonesia tahun 2023, perkembangan transportasi di Indonesia pada Agustus 2022 sampai Agustus 2023 menunjukkan transportasi darat adalah transportasi yang paling banyak digunakan oleh masyarakat. Banyak perusahaan (Persero) yang mengelola transportasi di Indonesia, baik transportasi darat, laut, ataupun udara. Kereta api sebagai salah satu transportasi darat memiliki banyak keuntungan kompetitif daripada transportasi laut atau udara. Harga murah, durasi perjalanan, dan fasilitas yang ditawarkan mampu membuat kereta api menjadi pilihan utama konsumen dalam memilih transportasi. Pesaing utama kereta api adalah bus. Berdasarkan hasil studi pendahuluan yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya, transportasi kereta api banyak dipilih oleh konsumen yang memiliki perjalanan jarak jauh. Faktor utama dalam memilih transportasi adalah harga, kualitas layanan petugas, dan fasilitas yang disediakan. Harga tiket, kualitas layanan petugas, dan fasilitas fisik tempat dari kereta api dan bus cukup kompetitif. Beberapa bus menyediakan harga tiket yang lebih murah dibandingkan kereta api dengan kualitas layanan petugas dan fasilitas yang hampir sama dengan kereta api.

PT KAI membagi wilayah operasinya menjadi 2, yaitu daerah operasi (DAOP) di Pulau Jawa dan divisi regional (DIVRE) di luar Pulau Jawa. Badan Pusat Statistik tahun 2023 menyebutkan bahwa DAOP memiliki penumpang yang lebih banyak dibandingkan DIVRE. Hal tersebut disebabkan karena DAOP di Pulau Jawa memiliki kepadatan penduduk yang tinggi. Selain itu, Pulau Jawa merupakan pusat ekonomi Indonesia sehingga infrastrukturnya lebih lengkap. DAOP 7 merupakan salah satu DAOP yang berada di Pulau Jawa. DAOP ini menghubungkan berbagai kota di Jawa Timur bagian barat dan selatan. Stasiun utama DAOP 7 adalah Stasiun Madiun. Stasiun Madiun memiliki letak yang strategis, yaitu berada di tengah-tengah jalur kereta api dari utara dan selatan. Letak Stasiun Madi

Inggrit Aulia Wati Hasanah, Sri Setyo Iriani. Pengaruh harga tiket tarif khusus, kualitas layanan petugas, dan fasilitas fisik stasiun terhadap keputusan penggunaan transportasi kereta api

di tengah-tengah lintas perjalanan kereta api juga menjadikan Stasiun Madiun sebagai satu-satunya stasiun yang tidak termasuk dalam kategori stasiun terminus, sehingga banyak penumpang yang naik turun di stasiun ini. Stasiun terminus adalah stasiun di ujung jalur kereta api.

Setiap DAOP diberi kewenangan dalam mengatur harga tiket tarif tertentu, pemberdayaan petugas, dan fasilitas masing-masing stasiun yang berada di wilayahnya berdasarkan arahan pusat PT KAI. Tarif tiket tertentu yang paling banyak diminati masyarakat adalah tiket tarif khusus. Tarif khusus diminati karena harganya yang sangat murah dibandingkan dengan tiket lainnya. Variabel harga tiket, kualitas layanan petugas, dan fasilitas termasuk ke dalam bauran pemasaran atau *marketing mix*. *Marketing mix* berpengaruh terhadap keputusan penggunaan jasa (Evan & Christian, 2019; Ismail, 2018; Karnelis, 2017). Harga tiket tarif khusus termasuk dalam bauran pemasaran *price*/harga. Kualitas layanan petugas termasuk dalam *people*/orang. Sedangkan fasilitas fisik termasuk dalam bauran Pemasaran *physical evidence*/bukti fisik. Hubungan harga, kualitas layanan, dan fasilitas terhadap keputusan penggunaan di kemukakan oleh penelitian terdahulu.

Beberapa penelitian menyebutkan bahwa harga memiliki pengaruh positif terhadap keputusan penggunaan/pembelian (Batu *et al.*, 2020; Desembrianita & Ruslin, 2016; Hadju & Sitohang, 2020; Lien *et al.*, 2015; Mahasani & Wahyuningsih, 2021) dan harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Kelvinia *et al.*, 2021; Mandey, 2013; Mongisidi *et al.*, 2019; Mulyana, 2021; Nasution *et al.*, 2019; Setyarko, 2016; Susanto, 2021). Terdapat pula beberapa penelitian yang menyebutkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan penggunaan/pembelian (Aras *et al.*, 2023; Desembrianita & Ruslin, 2016; Fatoni & Hardianti, 2020; Hadju & Sitohang, 2020; Irawan, 2018; Mahasani & Wahyuningsih, 2021; Munthe & Peranginangin, 2021) dan kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Baihaky *et al.*, 2022; Candra, 2018; Fuadi *et al.*, 2019; Khoirun & Astuningsih, 2021; Reza & Asrianto, 2021; Susilowati & Osmond, 2013). Selain itu beberapa penelitian menyebutkan bahwa fasilitas memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian atau penggunaan jasa (Aras *et al.*, 2023; Desembrianita & Ruslin, 2016; Fatoni & Hardianti, 2020; Hadju & Sitohang, 2020), dan fasilitas tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Anggraini *et al.*, 2019; Annishia & Pratiyo, 2019; Ardiansyah, 2019; Baiti *et al.*, 2018; Memah *et al.*, 2015; Ramli *et al.*, 2021).

Penelitian tentang transportasi kereta api umumnya belum banyak dilakukan secara spesifik khususnya pada setiap daerah operasi. Mengingat pentingnya harga, kualitas layanan, dan fasilitas, terhadap keputusan penggunaan jasa, maka penelitian ini akan menganalisis pengaruhnya pada daerah operasi 7. Penelitian ini penting dilakukan karena mobilitas setelah pandemi semakin tinggi. Selain itu, persaingan yang semakin kompetitif dari transportasi bus dapat menyebabkan konsumen tidak memilih kereta api sebagai moda transportasi mereka terutama pada daerah operasi 7.

KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Harga

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, harga adalah nilai barang yang ditentukan atau dirupakan dengan uang. Berdasarkan penelitian dari Maulana (2016), harga adalah sesuatu yang bernilai yang dikeluarkan oleh konsumen dalam bentuk uang untuk membayar produk atau jasa yang ia terima. Menurut Hustić & Gregurec (2015), harga adalah elemen yang melingkupi setiap orang atau badan hukum, bergantung pada jenis peran orang tersebut, dan selalu berhubungan dengan pelanggannya. Hustić & Gregurec (2015) juga menyebutkan bahwa elemen harga berperan penting dalam menentukan keinginan, kebutuhan, dan preferensi konsumen untuk melakukan pembelian. Sedangkan Kodu (2013) mengatakan bahwa harga adalah segala bentuk biaya moneter yang dikorbankan oleh konsumen untuk memperoleh, memiliki, memanfaatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanan dari suatu produk. Variabel harga dalam penelitian ini diukur menggunakan indikator menurut Kotler dan Armstrong (2018) yaitu keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, kesesuaian harga dengan manfaat, harga sesuai kemampuan atau daya saing harga.

Kualitas Layanan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, kualitas adalah tingkat baik buruknya sesuatu. Definisi layanan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah perihal atau cara melayani. Kualitas layanan adalah faktor yang selalu berubah meliputi produk barang / jasa, manusia, proses, dan lingkungan untuk memenuhi harapan konsumen (Sukezi & Yunus, 2018). Menurut Maulana (2016), kualitas pelayanan adalah rangkaian kegiatan unggulan yang diharapkan untuk memenuhi keinginan konsumen dari keseluruhan karakteristik produk. Sedangkan menurut Kritikos *et al.* (2013), kualitas layanan adalah kombinasi beberapa kualitas (misalnya ketersediaan, keamanan, waktu respons) suatu layanan, dan secara umum dapat dilihat sebagai faktor penting dalam membedakan keberhasilan penyedia layanan. Moha & Loindong (2016) juga menyebutkan bahwa kualitas layanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk menyesuaikan ekspektasi serta meningkatkan keunggulan suatu pelayanan untuk memenuhi keinginan dan harapan serta kepuasan konsumen. Variabel kualitas layanan dalam penelitian ini diukur menggunakan indikator menurut Wididana (2017) yaitu penampilan petugas, validitas pelayanan, kecepatan pelayanan, rasa aman, dan memahami konsumen.

Fasilitas

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, fasilitas adalah sarana untuk melancarkan pelaksanaan fungsi. Berdasarkan penelitian oleh Moha & Loindong (2016), fasilitas adalah segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam memperoleh kepuasan. Sedangkan menurut Aras *et al.* (2023), fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum jasa ditawarkan kepada konsumen. Isnaini *et al.* (2016) juga menyebutkan bahwa fasilitas adalah sarana yang digunakan untuk memudahkan dan melancarkan suatu tujuan atau pelaksanaan fungsi. Variabel fasilitas dalam penelitian ini diukur menggunakan indikator menurut Fatoni & Hardianti (2020) yaitu layout mudah dimengerti penumpang, penyediaan area untuk berbagai keperluan, ketersediaan fasilitas pelengkap, pencahayaan yang baik, ketersediaan fasilitas penandaan yang jelas dan informatif, pemeliharaan fasilitas.

Keputusan Penggunaan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, keputusan adalah perihal yang berkaitan dengan putusan; segala putusan yang telah ditetapkan (sesudah dipertimbangkan, dipikirkan, dan sebagainya). Arti kata penggunaan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah proses atau cara perbuatan menggunakan sesuatu atau pemakaian. Keputusan pembelian merupakan sikap seseorang untuk membeli atau menggunakan suatu produk baik berupa barang atau jasa yang telah diyakini akan memuaskan dirinya dan bersedia menanggung resiko yang mungkin ditimbulkan (Kodu, 2013). Menurut Prasad *et al.* (2019), keputusan pembelian didefinisikan sebagai niat membeli dan loyalitas pelanggan. Sedangkan menurut Puspa *et al.* (2017), keputusan pembelian adalah suatu kegiatan membeli sejumlah barang dan jasa, yang dipilih berdasarkan informasi yang didapat tentang produk, dan segera disaat kebutuhan dan keinginan muncul, dan kegiatan ini menjadi informasi untuk pembelian selanjutnya. Variabel keputusan penggunaan dalam penelitian ini diukur menggunakan indikator menurut Kotler dan Armstrong (2018) yaitu tujuan dalam membeli sebuah produk, pemrosesan informasi untuk sampai ke pemilihan merek, kemantapan pada sebuah produk, memberikan rekomendasi kepada orang lain, berencana melakukan pembelian ulang.

Pengaruh antar Variabel

Hubungan antar variabel dalam penelitian ini adalah berbentuk hubungan antar variabel independen dengan variabel dependen yang dapat bersifat positif atau negatif. Menurut Sahir (2021) terdapat 3 paradigma dalam hubungan antar variabel yaitu paradigma sederhana, paradigma ganda dengan dua variabel dependen, dan paradigma ganda dengan lebih dari dua variabel dependen. Berdasarkan teori tersebut berikut adalah hubungan antar variabel dalam penelitian ini.

Penelitian yang dilakukan oleh Lien *et al.* (2015), Desembrianita & Ruslin (2016), Batu *et al.* (2020), Hadju & Sitohang (2020), dan Mahasani & Wahyuningsih (2021) membuktikan bahwa harga memiliki pengaruh positif terhadap keputusan penggunaan jasa. Pengaruh positif terjadi ketika konsumen menganggap harga sebagai pertimbangan ekonomis yang penting dan memahami bahwa nilai produk

Inggrit Aulia Wati Hasanah, Sri Setyo Iriani. Pengaruh harga tiket tarif khusus, kualitas layanan petugas, dan fasilitas fisik stasiun terhadap keputusan penggunaan transportasi kereta api

atau layanan sebanding dengan biaya yang dikeluarkan. Harga yang bersaing atau terjangkau dapat meningkatkan minat konsumen untuk memilih jasa tersebut. Dalam konteks ini, harga yang wajar atau terjangkau dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan memotivasi keputusan penggunaan jasa, khususnya jika konsumen merasakan bahwa mereka memperoleh nilai yang baik. Namun penelitian yang dilakukan oleh Mandey (2013), Setyarko (2016), Mongisidi *et al.* (2019), Nasution *et al.* (2019), Kelvinia *et al.* (2021), Mulyana (2021), dan Susanto (2021) justru menyebutkan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan atau pembelian.

H1: Variabel harga tiket tarif khusus berpengaruh terhadap keputusan penggunaan transportasi kereta api

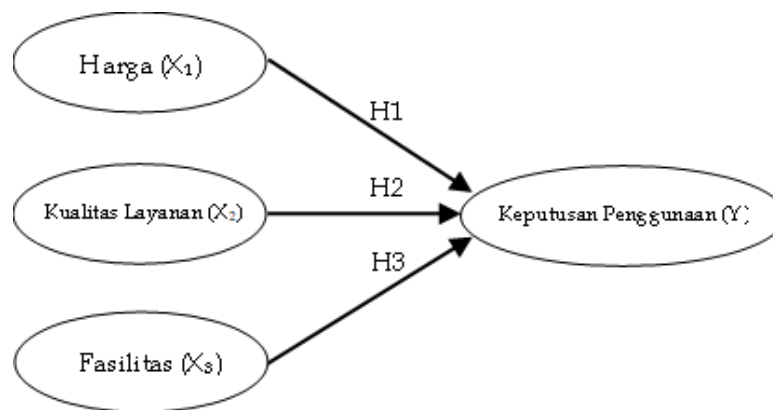
Penelitian yang dilakukan oleh Desembrianita & Ruslin (2016), Irawan (2018), Fatoni & Hardianti (2020), Hadju & Sitohang (2020), Mahasani & Wahyuningsih (2021), Munthe & Peranginangin (2021), dan Aras *et al.* (2023) membuktikan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan penggunaan jasa. Pengaruh positif terjadi ketika konsumen merasa puas dengan layanan yang diterima. Keadaan ini dapat menciptakan pengalaman positif, membangun kepercayaan, dan secara signifikan memengaruhi keputusan konsumen untuk terus menggunakan jasa perusahaan tersebut di masa mendatang. Oleh karena itu, kualitas layanan yang baik tidak hanya memenuhi ekspektasi, tetapi juga menjadi faktor kunci dalam membangun loyalitas pelanggan. Namun penelitian yang dilakukan oleh Susilowati & Osmond (2013), Candra (2018), Fuadi *et al.* (2019), Khoirun & Astuningsih (2021), Reza & Asrianto (2021), dan Baihaky *et al.* (2022) justru menyebutkan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan atau pembelian.

H2: Variabel kualitas layanan petugas stasiun berpengaruh terhadap keputusan penggunaan transportasi kereta api

Penelitian yang dilakukan oleh Desembrianita & Ruslin (2016), Fatoni & Hardianti (2020), Hadju & Sitohang (2022), dan Aras *et al.* (2023) membuktikan bahwa fasilitas memiliki pengaruh positif terhadap keputusan penggunaan jasa. Pengaruh positif terjadi ketika perusahaan menyediakan fasilitas yang memenuhi atau bahkan melebihi harapan konsumen. Fasilitas yang memadai, seperti kenyamanan tempat, pelayanan yang ramah, dan fasilitas penunjang lainnya, dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Keadaan ini dapat menciptakan pengalaman positif bagi konsumen, yang kemudian memotivasi mereka untuk terus menggunakan jasa perusahaan tersebut di masa mendatang. Dengan demikian, fasilitas yang baik dapat menjadi faktor pendorong dalam membangun loyalitas konsumen. Namun penelitian yang dilakukan oleh Memah *et al.* (2015), Baiti *et al.* (2018), Anggraini *et al.* (2019), Annishia & Prastiyo (2019), Ardiansyah (2019), dan Ramli *et al.* (2021) justru menyebutkan bahwa fasilitas tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan atau pembelian.

H3: Variabel fasilitas stasiun berpengaruh terhadap keputusan penggunaan transportasi kereta api

Pengaruh antar variabel secara keseluruhan dapat dilihat pada Gambar 1



Gambar 1. KERANGKA KONSEPTUAL

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan survei untuk mendapatkan sebuah fakta atau data yang ada di lapangan. Jenis data yang digunakan adalah data kualitatif yang diperoleh melalui sumber data sekunder dan data kuantitatif yang diperoleh melalui sumber data primer. Data sekunder yang dijadikan rujukan adalah buku, jurnal penelitian, *website* resmi KAI, dan artikel ilmiah lainnya. Data primer yang dianalisis adalah jawaban atas kuesioner yang dibagikan kepada responden. Data primer diambil pada tanggal 22 Desember 2023 sampai tanggal 15 Januari 2024. Data diambil menggunakan teknik *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Kriteria pengambilan sampel adalah warga Madiun yang mengetahui kenaikan harga tiket tarif khusus di stasiun Madiun dan pernah satu kali atau sedang melakukan perjalanan menggunakan kereta api dari stasiun Madiun. Berdasarkan studi *test marketing* yang dilakukan oleh Malhotra (2009:361) penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian untuk menyelesaikan masalah sehingga jumlah minimum sampel adalah sebesar 200 responden. Instrumen pengumpulan data yang digunakan adalah angket. Skala pengukuran dalam angket menggunakan skala pengukuran likert yang dikembangkan oleh Rensis Likert 1-5.

Teknik analisa data dalam penelitian ini menggunakan analisis multivariat yang bertujuan untuk melihat hubungan antara lebih dari dua variabel (Hardani *et al.*, 2020). Analisa yang digunakan adalah regresi linier berganda (Munthe & Peranginangin, 2021). Uji yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji linieritas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas), uji hipotesis (analisis regresi linier berganda, uji t, dan uji determinasi).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Karakteristik responden diamati untuk memberikan gambaran sampel penelitian. Berikut karakteristik responden penelitian ini. Berdasarkan Tabel 1, data yang paling mendominasi pada setiap masing masing kategori adalah sebagai berikut: jenis kelamin didominasi oleh laki-laki sebanyak 58,5%, pekerjaan didominasi oleh pelajar atau mahasiswa sebanyak 50,5%, usia didominasi oleh orang yang berusia 21-25 tahun sebanyak 51,5%, Pendidikan didominasi oleh SLTA atau setingkat sebanyak 48,5%, level pengeluaran didominasi sebesar Rp. 1.000.000 - Rp. 1.999.999 sebanyak 38%.

Tabel 1.
KARAKTERISTIK RESPONDEN

Keterangan	Frekuensi	%
Jenis Kelamin		
Perempuan	117	58,5
Laki-laki	83	41,5
Pekerjaan		
Pelajar atau Mahasiswa	101	50,5
Karyawan Swasta	60	30
PNS	8	4
Profesional (Dokter, Pengacara, Konsultan, dll)	2	1
Ibu rumah tangga	9	4,5
Buruh	3	1,5
Pekerja tidak tetap atau Sektor informal	1	0,5
Polisi atau TNI	1	0,5
Pedagang	1	0,5
Wiraswasta	7	3,5
Lainnya	7	3,5
Usia		
17 - 20 tahun	42	21
21 - 25 tahun	103	51,5
26 - 30 tahun	35	17,5
31- 40 tahun	16	8
41 - 50 tahun	3	1,5
51 - 60 tahun	0	0
>60 tahun	1	0,5
Pendidikan		
SD atau setingkat	1	0,5
SLTP atau setingkat	1	0,5
SLTA atau setingkat	97	48,5
Diploma atau setingkat	36	18
S1 atau setingkat	61	30,5
S2 atau setingkat	4	2
Level Pengeluaran		
Rp. < 1.000.000	39	19,5
Rp. 1.000.000 - Rp. 1.999.999	76	38
Rp. 2.000.000 - Rp. 2. 999.999	52	26
Rp. 3.000.000 - Rp. 4. 999.999	24	12
Rp. 5.000.000 - Rp. 7.999.000	8	4
Rp. 8.000.000 - Rp 29.999.999	1	0,5

Sumber: Data diolah penulis (2024)

Hasil Analisis Deskriptif

Hasil analisis deskripsi jawaban responden terhadap harga tiket tarif khusus (X1) memiliki nilai rata-rata sebesar 4,187. Ini menunjukkan bahwa responden memberikan penilaian tinggi terhadap harga tiket tarif khusus, yang dapat diartikan bahwa konsumen cenderung merasa puas dengan tarif yang dikenakan. Kualitas layanan petugas stasiun (X2) memiliki nilai rata-rata sebesar 4,26. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen memberikan penilaian yang sangat tinggi terhadap kualitas layanan petugas. Hal ini menunjukkan adanya kepuasan konsumen terhadap interaksi dengan petugas. Fasilitas fisik stasiun (X3) memiliki nilai rata-rata sebesar 4,19. Ini menandakan bahwa konsumen juga memberikan penilaian yang tinggi terhadap fasilitas fisik stasiun, menunjukkan kepuasan terhadap

kondisi dan kelengkapan fasilitas yang disediakan. Keputusan penggunaan jasa (Y), variabel yang menjadi fokus penelitian, memiliki nilai rata-rata sebesar 4,14. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen umumnya memberikan penilaian positif terhadap keputusan penggunaan jasa kereta api. Dengan nilai-nilai rata-rata yang tinggi pada setiap variabel, dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan, responden cenderung memberikan penilaian yang baik terhadap harga tiket tarif khusus, kualitas layanan petugas, fasilitas fisik stasiun, dan keputusan penggunaan jasa kereta api. Kualitas layanan petugas merupakan faktor yang paling berpengaruh terhadap keputusan penggunaan kereta api. Keputusan penggunaan kereta api masih tergolong rendah, meskipun harga tiket tarif khusus dan fasilitas fisik stasiun tergolong cukup baik.

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Tabel 2.
HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

Item Pernyataan	r Hitung	r tabel	Keterangan	Cronbach's Alpha	Minimal Koefisien Cronbach's alpha	Keterangan
X1.1	0,713	0,361	valid	0,859	0,7	Reliabel
X1.2	0,365	0,361	valid			
X1.3	0,731	0,361	valid			
X1.4	0,789	0,361	valid			
X1.5	0,652	0,361	valid			
X1.6	0,781	0,361	valid			
X1.7	0,516	0,361	valid			
X1.8	0,601	0,361	valid			
X1.9	0,652	0,361	valid			
X1.10	0,639	0,361	valid			
X1.11	0,666	0,361	valid	0,947	0,7	Reliabel
X1.12	0,560	0,361	valid			
X2.1	0,789	0,361	valid			
X2.2	0,821	0,361	valid			
X2.3	0,805	0,361	valid			
X2.4	0,860	0,361	valid			
X2.5	0,832	0,361	valid			
X2.6	0,815	0,361	valid			
X2.7	0,845	0,361	valid			
X2.8	0,801	0,361	valid			
X2.9	0,915	0,361	valid	0,934	0,7	Reliabel
X2.10	0,777	0,361	valid			
X3.1	0,887	0,361	valid			
X3.2	0,722	0,361	valid			
X3.3	0,796	0,361	valid			
X3.4	0,663	0,361	valid			
X3.5	0,724	0,361	valid			
X3.6	0,770	0,361	valid			
X3.7	0,709	0,361	valid			
X3.8	0,841	0,361	valid			
X3.9	0,780	0,361	valid			

Inggrit Aulia Wati Hasanah, Sri Setyo Iriani. Pengaruh harga tiket tarif khusus, kualitas layanan petugas, dan fasilitas fisik stasiun terhadap keputusan penggunaan transportasi kereta api

Item Pernyataan	r Hitung	r tabel	Keterangan	Cronbach's Alpha	Minimal Koefisien Cronbach's alpha	Keterangan
X3.10	0,806	0,361	valid			
X3.11	0,781	0,361	valid			
X3.12	0,781	0,361	valid			
Y1.1	0,538	0,361	valid			
Y1.2	0,708	0,361	valid			
Y1.3	0,798	0,361	valid			
Y1.4	0,857	0,361	valid			
Y1.5	0,562	0,361	valid	0,857	0,7	Reliabel
Y1.6	0,626	0,361	valid			
Y1.7	0,473	0,361	valid			
Y1.8	0,806	0,361	valid			
Y1.9	0,785	0,361	valid			
Y1.10	0,479	0,361	valid			

Sumber: Data diolah penulis (2024)

Berdasarkan hasil perhitungan data, setiap item pertanyaan yang diuji telah valid. Nilai r hitung berada pada rentang 0,365 - 0,915. Nilai tersebut lebih besar dari pada nilai r tabel yaitu sebesar 0,361. Ini artinya, instrumen yang digunakan valid digunakan untuk mengukur pengaruh harga, kualitas layanan, dan fasilitas terhadap keputusan penggunaan kereta api. Sementara itu, setiap item pertanyaan yang diuji juga telah reliabel. Nilai cronbach's alpha item pertanyaan berada pada rentang 0,857 - 0,947. Nilai tersebut lebih besar dari pada nilai minimal nilai koefisien cronbach's alpha yaitu sebesar 0,7. Ini artinya, skor yang dihasilkan dari instrumen penelitian yang digunakan konsisten dan dapat dipercaya untuk mengukur pengaruh harga, kualitas layanan, dan fasilitas terhadap keputusan penggunaan kereta api.

Hasil Uji Normalitas

Berdasarkan hasil perhitungan diketahui bahwa nilai signifikansi uji Kolmogorov-Smirnov adalah 0,125. Nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa data penelitian ini memenuhi asumsi normalitas.

Hasil Uji Linieritas

Berdasarkan hasil perhitungan nilai signifikansi uji linieritas 1,000. Nilai signifikansi ini lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa data penelitian ini memenuhi asumsi linieritas.

Hasil Uji Multikolinieritas

Berdasarkan hasil perhitungan nilai toleransi untuk semua variabel independen adalah lebih besar dari 0,1. Nilai toleransi yang lebih besar dari 0,1 menunjukkan bahwa variabel independen tersebut tidak terlalu berkorelasi dengan variabel independen lainnya. Nilai VIF untuk semua variabel independen adalah lebih kecil dari 10. Nilai VIF yang lebih kecil dari 10 menunjukkan bahwa variabel independen tersebut tidak berkorelasi secara sempurna dengan variabel independen lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa data penelitian ini memenuhi asumsi multikolinearitas.

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan hasil perhitungan nilai signifikansi dari uji heteroskedastisitas untuk semua variabel independen adalah lebih besar dari 0,05. Nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05 menunjukkan bahwa tidak ada bukti yang cukup untuk menolak hipotesis nol, yaitu bahwa varians dari residual adalah sama untuk semua pengamatan. Hal ini menunjukkan bahwa data penelitian ini memenuhi asumsi heteroskedastisitas.

Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 3.
HASIL ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA

Variabel	B	Beta	Sig	R	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
(Constant)	6.568		.010			
Harga_Tiket	.373	.377	.000	.785 ^a	.611	3.075
Kualitas_Layanan	.682	.729	.000			
Fasilitas_Fisik	-.426	-.389	.000			

Sumber data diolah penulis (2024)

Berdasarkan Tabel 2, nilai *intercept* atau konstanta (a) = 6,568 ini merupakan nilai (Y) ketika semua variabel independen (X1, X2, X3) sama dengan nol. Nilai ini asumsikan bahwa variabel lain tetap. Koefisien regresi harga tiket (X1) = 0,377. Ini menunjukkan bahwa variabel harga tiket berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan jasa, atau dengan kata lain jika variabel X1 ditingkatkan sebesar satu satuan dengan asumsi variabel lain konstan, maka keputusan konsumen menggunakan jasa transportasi kereta api akan meningkat sebesar 0,377. Koefisien regresi kualitas layanan petugas (X2) = 0,729. Ini menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan petugas berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan jasa, atau dengan kata lain jika variabel X2 ditingkatkan sebesar satu satuan dengan asumsi variabel lain konstan, maka keputusan konsumen menggunakan jasa transportasi kereta api akan meningkat sebesar 0,729. Koefisien regresi fasilitas fisik stasiun (X3) sebesar -0,389. Ini menunjukkan bahwa variabel fasilitas fisik berpengaruh negatif terhadap keputusan konsumen, atau dengan kata lain jika variabel X3 ditingkatkan sebesar satu satuan dengan asumsi variabel lain konstan, maka keputusan konsumen menggunakan jasa transportasi kereta api akan menurun sebesar 0,389. Sehingga dapat diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut.

$$Y = 6,568 + 0,377X_1 + 0,729X_2 - 0,389X_3 \dots\dots\dots(1)$$

Dalam rumus (1) Persamaan regresi ini dapat memprediksi nilai (Y) berdasarkan nilai-nilai (X1, X2, X3). Contohnya apabila nilai X1 = 5, X2 = 6, dan X3 = 7, maka dapat menghitung nilai prediksi (Y) sebagai berikut:

$$Y = 6,568 + (0,377 \times 5) + (0,729 \times 6) - (0,389 \times 7)$$

$$Y = 6,568 + 1,885 + 4,374 - 2,723$$

$$Y = 10,104$$

Berdasarkan persamaan regresi tersebut, jika nilai X1 = 5, X2 = 6, dan X3 = 7, nilai prediksi Y adalah sekitar 10,104. Persamaan regresi ini memberikan cara untuk memahami hubungan antara variabel dependen dan variabel independen serta memberikan prediksi nilai Y berdasarkan nilai-nilai variabel independen tertentu.

Hasil Uji t

Berdasarkan Tabel 3 menunjukkan bahwa nilai *p-value* (sig) untuk harga tiket tarif khusus adalah 0,000 < 0,05, yang artinya H1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh harga tiket tarif khusus terhadap keputusan penggunaan kereta api. Nilai *p-value* (sig) untuk kualitas layanan petugas stasiun adalah 0,000 < 0,05, yang artinya H2 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh kualitas layanan petugas stasiun terhadap keputusan penggunaan. Nilai *p-value* (sig) untuk strategi fasilitas adalah 0,000 < 0,05, yang artinya H3 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh strategi harga terhadap keputusan penggunaan.

Hasil Uji Determinasi

Berdasarkan hasil perhitungan Tabel 3, nilai koefisien korelasi sebesar 0,785 menunjukkan hubungan yang kuat antara X1, X2, X3 terhadap Y. Nilai koefisien regresi positif yang artinya terdapat hubungan yang positif antara variabel dependen dan independen. Nilai *adjusted R square* (koefisien determinasi) sebesar 0,611 artinya secara simultan variabel X memengaruhi Y sebesar 61,1%. Sedangkan sisanya 38,9% variabel Y dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak teramati. Variabel yang tidak teramati mungkin berasal dari variabel 7P lainnya secara spesifik misalnya variabel keamanan, durasi perjalanan,

Inggrit Aulia Wati Hasanah, Sri Setyo Iriani. Pengaruh harga tiket tarif khusus, kualitas layanan petugas, dan fasilitas fisik stasiun terhadap keputusan penggunaan transportasi kereta api

akses menuju lokasi, fleksibilitas jadwal perjalanan dan kenyamanan. Sedangkan nilai *standard error* sebesar 3,375 menunjukkan bahwa kesalahan dugaan regresi dalam memprediksi sebesar 3,375.

Pengaruh Harga Tiket Tarif Khusus terhadap Keputusan Penggunaan Transportasi Kereta Api

Hasil penelitian menunjukkan harga tiket tarif khusus berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan transportasi kereta api. Temuan ini konsisten dengan beberapa penelitian sebelumnya yang juga menyatakan bahwa harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan atau pembelian. Penelitian tersebut mencakup penelitian oleh Desembrianita & Ruslin (2016), Mahasani & Wahyuningsih (2021), Hadju & Sitohang (2020), Lien *et al.* (2015), dan Batu *et al.* (2020). Temuan ini tidak konsisten dengan beberapa penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan atau pembelian. Penelitian tersebut mencakup penelitian oleh Kelvinia *et al.* (2021), Mandey (2013), Mongisidi *et al.* (2019), Mulyana (2021), Nasution *et al.* (2019), Setyarko (2016), dan Susanto (2021).

Harga tiket tarif khusus berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan penggunaan jasa karena harga tiket khusus terjangkau bagi konsumen. Harga tiket tarif khusus yang lebih terjangkau memberikan keuntungan bagi konsumen karena dapat menghemat pengeluaran mereka. Dengan harga tiket yang lebih rendah, konsumen dapat menggunakan kereta api dengan biaya yang lebih terjangkau, sehingga mereka dapat menghemat uang yang seharusnya dikeluarkan untuk biaya transportasi. Hal ini membuat kereta api menjadi pilihan yang lebih ekonomis bagi konsumen, sehingga meningkatkan kemungkinan mereka untuk menggunakan jasa transportasi kereta api

Konsumen cenderung mengevaluasi harga tiket tarif khusus dalam konteks kualitas layanan yang mereka terima. Ketika harga tiket terjangkau namun kualitas layanan tetap baik, konsumen akan merasa bahwa mereka mendapatkan nilai yang sebanding dengan harga yang mereka bayar. Sebaliknya, ketika harga tiket tinggi tetapi kualitas layanan tidak memadai, konsumen mungkin merasa bahwa harga yang mereka bayar tidak sebanding dengan layanan yang mereka terima. Oleh karena itu, harga tiket tarif khusus yang sebanding dengan kualitas layanan yang didapatkan dapat memengaruhi keputusan penggunaan jasa kereta api karena konsumen cenderung mencari nilai yang sesuai antara harga yang mereka bayar dan layanan yang mereka terima.

Ketika harga tiket tarif khusus lebih terjangkau dan kompetitif, konsumen cenderung lebih memilih menggunakan kereta api sebagai sarana transportasi meskipun mereka harus menyesuaikan jadwal perjalanan mereka dengan jadwal kereta api yang tersedia. Faktor harga tiket yang lebih rendah dapat menjadi faktor penentu yang lebih dominan dalam keputusan penggunaan transportasi, bahkan jika itu berarti harus menyesuaikan ketepatan waktu perjalanan. Dengan kata lain, keuntungan finansial yang diperoleh dari harga tiket tarif khusus dapat mengimbangi atau bahkan menggantikan kebutuhan akan ketepatan waktu perjalanan bagi sebagian konsumen dalam membuat keputusan menggunakan kereta api.

Dengan adanya harga tiket tarif khusus yang memberikan akses kepada pengguna untuk menikmati fasilitas yang sama dengan pengguna tarif normal, konsumen cenderung lebih memilih opsi tarif khusus karena mereka dapat menghemat biaya tanpa mengorbankan fasilitas yang mereka dapatkan. Hal tersebut mengakibatkan pengguna tarif khusus merasa bahwa mereka mendapatkan nilai yang setara dengan pengguna tarif normal, meskipun mereka membayar harga tiket yang lebih rendah. Sebagai hasilnya, pengguna tarif khusus merasa puas dengan pengalaman mereka dan cenderung memilih opsi tiket tarif khusus, karena mereka tidak merasa kehilangan fasilitas yang seharusnya mereka dapatkan dengan harga tiket normal.

Harga tiket tarif khusus yang terjangkau memberikan konsumen kesempatan untuk menggunakan layanan transportasi kereta api tanpa mengorbankan kenyamanan dan keamanan yang diharapkan. Dengan kata lain, ketika harga tiket terjangkau, konsumen dapat merasakan bahwa mereka mendapatkan nilai yang sepadan dengan uang yang mereka keluarkan, yang pada akhirnya dapat meningkatkan persepsi mereka terhadap kenyamanan dan keamanan penggunaan jasa kereta api. Hal

tersebut dapat mendorong lebih banyak orang untuk memilih kereta api sebagai pilihan transportasi mereka, karena mereka dapat merasa bahwa pengeluaran mereka sebanding dengan kenyamanan dan keamanan selama perjalanan.

Kenaikan harga tiket tarif khusus dapat memengaruhi keputusan konsumen dalam memilih kereta api sebagai sarana transportasi utama dengan meningkatkan beban finansial bagi konsumen. Jika harga tiket naik secara signifikan, konsumen mungkin cenderung mencari alternatif transportasi yang lebih terjangkau, sehingga mengurangi preferensi mereka terhadap kereta api. Kenaikan harga juga dapat memengaruhi persepsi nilai yang diberikan oleh layanan kereta api, dan konsumen mungkin mempertimbangkan opsi transportasi lain yang memberikan nilai yang lebih baik dalam kaitannya dengan biaya yang dikeluarkan. Oleh karena itu, PT KAI memerlukan strategi khusus untuk menyampaikan kenaikan harga tiket tarif khusus sehingga preferensi konsumen terhadap kereta api sebagai sarana transportasi utama tidak menjadi buruk.

Pengaruh Kualitas Layanan Petugas Stasiun terhadap Keputusan Penggunaan Transportasi Kereta Api

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan petugas stasiun berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan transportasi kereta api. Temuan ini konsisten dengan beberapa penelitian sebelumnya yang juga menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan atau pembelian. Penelitian tersebut mencakup penelitian oleh Aras *et al.* (2023), Desembrianita & Ruslin (2016), Fatoni & Hardianti (2020), Hadju & Sitohang (2020), Irawan (2018), Mahasani & Wahyuningsih (2021), dan Munthe & Peranginangin (2021). Temuan ini tidak konsisten dengan beberapa penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan atau pembelian. Penelitian tersebut mencakup penelitian oleh Baihaky *et al.* (2022), Candra (2018), Fuadi *et al.* (2019), Khoirun & Astuningsih (2021), Reza & Asrianto (2021), dan Susilowati & Osmon (2013).

Kualitas layanan petugas stasiun berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan transportasi kereta api dikarenakan beberapa faktor. Faktor tersebut meliputi kecepatan pelayanan oleh petugas stasiun, petugas stasiun memprioritaskan penyandang disabilitas, lansia, dan ibu hamil, petugas stasiun dapat memberikan rasa aman kepada penumpang selama berada di stasiun. Selain itu, petugas stasiun memberikan pelayanan dengan sikap yang ramah, sopan, dan mendengarkan pelanggan dengan baik.

Kualitas layanan petugas stasiun memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan penggunaan transportasi kereta api karena beberapa faktor yang sangat penting bagi pengalaman penumpang. Pertama, kecepatan pelayanan oleh petugas stasiun menjadi faktor kunci dalam menentukan tingkat kenyamanan dan efisiensi penggunaan kereta api. Penumpang menghargai proses yang cepat dan lancar ketika melakukan transaksi atau mendapatkan bantuan di stasiun.

Kedua, prioritas yang diberikan kepada penyandang disabilitas, lansia, dan ibu hamil menunjukkan komitmen petugas stasiun terhadap inklusi dan keadilan sosial. Ini tidak hanya menciptakan rasa diakui dan dihargai bagi kelompok rentan ini tetapi juga memberikan kepercayaan diri bagi semua penumpang bahwa layanan kereta api dapat diandalkan dan sensitif terhadap kebutuhan semua orang.

Selanjutnya, memberikan rasa aman kepada penumpang selama berada di stasiun adalah aspek krusial dari pengalaman perjalanan. Petugas stasiun yang terlatih dengan baik dan proaktif dalam memantau lingkungan stasiun serta memberikan bantuan atau informasi ketika diperlukan dapat mengurangi kecemasan dan meningkatkan kenyamanan penumpang.

Terakhir, sikap ramah, sopan, dan kemampuan mendengarkan dengan baik dari petugas stasiun merupakan elemen penting dalam menciptakan hubungan yang positif antara operator kereta api dan pelanggan. Interaksi yang positif ini dapat memengaruhi persepsi penumpang terhadap keseluruhan

Inggrit Aulia Wati Hasanah, Sri Setyo Iriani. Pengaruh harga tiket tarif khusus, kualitas layanan petugas, dan fasilitas fisik stasiun terhadap keputusan penggunaan transportasi kereta api

pengalaman menggunakan kereta api dan bahkan dapat memengaruhi keputusan mereka untuk menggunakan kereta api di masa mendatang. Oleh karena itu, investasi dalam pelatihan petugas stasiun untuk meningkatkan kualitas layanan mereka adalah langkah penting bagi operator kereta api dalam menjaga kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Pengaruh Fasilitas Fisik Stasiun terhadap Keputusan Penggunaan Transportasi Kereta Api

Hasil penelitian menunjukkan fasilitas fisik stasiun berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan transportasi kereta api. Temuan ini tidak konsisten dengan beberapa penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa fasilitas memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan penggunaan atau pembelian. Penelitian tersebut mencakup penelitian oleh Aras *et al.* (2023), Desembrianita & Ruslin (2016), Fatoni & Hardianti (2020), dan Hadju & Sitohang (2020). Selain itu beberapa penelitian sebelumnya ada yang menyatakan bahwa fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan atau pembelian. Penelitian tersebut mencakup penelitian oleh Anggraini *et al.* (2019), Annishia & Prastiyo (2019), Ardiansyah (2019), Baiti *et al.* (2018), Memah *et al.* (2015), dan Ramli *et al.* (2021).

Fasilitas fisik stasiun berpengaruh negatif signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa karena keterbatasan pilihan moda transportasi lain yang dapat digunakan. Terutama di daerah-daerah tertentu, kereta api mungkin menjadi satu-satunya opsi yang tersedia bagi penumpang untuk melakukan perjalanan dengan jarak yang cukup jauh. Hal ini membuat penumpang terpaksa tetap menggunakan kereta api meskipun fasilitas stasiunnya tidak memadai.

Selain itu, saat liburan panjang atau saat terjadi lonjakan permintaan perjalanan, penumpang mungkin akan tetap menggunakan kereta api meskipun fasilitas fisik stasiun tidak optimal. Hal ini disebabkan oleh adanya kebutuhan yang mendesak untuk melakukan perjalanan, dan kereta api seringkali masih dianggap sebagai salah satu pilihan yang paling dapat diandalkan dan efisien dalam kondisi seperti ini. Meskipun penumpang mungkin merasa tidak puas dengan kondisi stasiun, faktor-faktor eksternal seperti ketersediaan pilihan moda transportasi yang terbatas dan kebutuhan mendesak untuk melakukan perjalanan seringkali menjadi penentu utama dalam keputusan penggunaan jasa kereta api.

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga tiket tarif khusus berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan transportasi kereta api karena harga tiket tarif khusus terjangkau bagi konsumen. Dengan harga tiket yang lebih rendah, konsumen dapat menggunakan kereta api tanpa mengorbankan kenyamanan dari fasilitas kereta api. Kualitas layanan petugas stasiun berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan transportasi kereta api dikarenakan kecepatan pelayanan oleh petugas stasiun baik, petugas stasiun dapat memberikan rasa aman kepada penumpang selama berada di stasiun, selain itu petugas stasiun memberikan pelayanan dengan sikap yang ramah, sopan, dan mendengarkan pelanggan dengan baik. Fasilitas fisik stasiun berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan transportasi kereta api karena keterbatasan pilihan moda transportasi yang dapat digunakan oleh penumpang terutama saat musim liburan. Harga tiket tarif khusus, kualitas layanan petugas stasiun, dan fasilitas fisik stasiun secara simultan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan transportasi kereta api. Temuan ini menunjukkan bahwa keputusan penggunaan kereta api tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor, melainkan oleh kombinasi berbagai aspek yang mencakup harga, kualitas layanan, dan fasilitas fisik.

Saran yang dapat penulis berikan adalah bagi PT KAI yaitu *layout* stasiun Madiun perlu disesuaikan agar lebih mudah dimengerti oleh pelanggan, penambahan kursi lipat pada saat waktu libur panjang agar penumpang mendapatkan kursi dan tidak berdiri diruang tunggu stasiun, penambahan jumlah toilet, terutama untuk ruang tunggu luar stasiun. Sedangkan untuk penelitian selanjutnya dapat mengadakan penelitian di luar musim liburan untuk memperoleh gambaran yang lebih representatif tentang keputusan penggunaan transportasi kereta api, menggunakan angket terbuka sehingga memperkaya data yang diperoleh dan memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang persepsi

dan pengalaman pengguna dalam menggunakan transportasi kereta api, melakukan penelitian dengan menggunakan variabel lainnya misalnya *place*, *promotion*, *process*, dan *produc* atau secara spesifik misalnya variabel keamanan, durasi perjalanan, akses menuju lokasi, fleksibilitas jadwal perjalanan dan kenyamanan.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan. Pertama, penelitian ini dilakukan selama musim liburan Natal dan Tahun Baru (Nataru), hal tersebut memengaruhi pola perjalanan dan preferensi pengguna transportasi. Sehingga, hasil penelitian mungkin tidak mencerminkan kondisi sepanjang tahun. Kedua, penggunaan instrumen penelitian yang masih menggunakan angket tertutup merupakan keterbatasan potensial karena kemungkinan terbatasnya ruang untuk tanggapan yang lebih bervariasi dan mendalam dari responden. Ini bisa memengaruhi kedalaman analisis dan interpretasi hasil penelitian.

Implikasi praktis dari temuan ini adalah pentingnya menetapkan harga tiket tarif khusus yang terjangkau untuk meningkatkan penggunaan transportasi kereta api. Selain itu, peningkatan kualitas layanan petugas stasiun, termasuk kecepatan pelayanan, rasa aman, dan sikap ramah, dapat membantu menarik lebih banyak penumpang. Namun, perlu dicatat bahwa fasilitas fisik stasiun juga memainkan peran penting dalam keputusan penggunaan transportasi, sehingga perlu perhatian lebih dalam pengelolaannya. Secara teoretis, temuan ini menyoroti kompleksitas faktor-faktor yang memengaruhi keputusan penggunaan kereta api, menunjukkan bahwa strategi yang holistik dan terpadu diperlukan dalam meningkatkan penggunaan transportasi ini. Secara metodologis, penelitian ini menekankan perlunya melibatkan aspek harga, kualitas layanan, dan fasilitas fisik dalam perancangan penelitian dan pengembangan kebijakan untuk meningkatkan pelayanan transportasi kereta api.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, R. P., Sulistyowati, L. N. And Purwanto, H. (2019). Pengaruh Fasilitas, Harga Tiket Dan Daya Tarik Terhadap Keputusan Berkunjung Di Obyek Wisata Telaga Ngebel. *Simba (Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi I)*, 1(1), 987–999
- Annishia, F. B. And Prastiyo, E. (2019). Pengaruh Harga Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menginap Tamu Di Hotel Best Western Premier The Hive Jakarta. *Jurnal Hospitality Dan Pariwisata*, 4(1), 1–85
- Aras, M., Persada, I. N. And Nabella, S. D. (2023). The Influence Of Service Quality, Trust, And Facilities On The Decision To Choose Sp Hotel Batam. *Management, Economics And Social Sciences. Ijamesc, Pt. Zillzell Media Prima*, 1(4), 417–431
- Ardiansyah, I. (2019). Pengaruh Harga Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Taman Impian Jaya Ancol Jakarta Dengan Metode Structural Equation Modeling. *Journal System Lembaga Penerbitan Bina Patria*, 14(3), 2235-2248
- Baihaky, S., Yogatama, A. N. And Mustikowati, R. I. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Madu Fresh. *Jurnal Ilmu Sosial*, 1(2), 85–104
- Baiti, M., Purba, S. A. And Yandi, F. S. (2018). Pengaruh Lokasi, Harga Dan Fasilitas Hotel Terhadap Keputusan Menginap Pelanggan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Pariwisata*, 1(2), 47–58
- Batu, R. L., Suryani, N. I., Septia, N., & Sekaryahya, P. F. (2020). Pengaruh Harga dan Inovasi Layanan Aplikasi terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Taksi Express: Survei pada Pengunduh Aplikasi Express Taxis. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 1(1), 1-22
- Candra, F. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Suasana Toko Terhadap Keputusan Pembelian Pada

Inggrit Aulia Wati Hasanah, Sri Setyo Iriani. Pengaruh harga tiket tarif khusus, kualitas layanan petugas, dan fasilitas fisik stasiun terhadap keputusan penggunaan transportasi kereta api

Toko Alfamart Ketintang Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 6(3), 55–62

Desembrianita, E. And Ruslin, R. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Harga Terhadap Keputusan Pelanggan Untuk Menggunakan Jasa Hotel Oval Surabaya. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen*, 16(2), 345-354

Fatoni, A. And Hardianti, D. (2020). Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Transportasi Mrt Atau Mass Rapid Transit (Studi Pada Konsumen Provinsi Dki Jakarta). *Mediastima*, 26(1), 117–134

Fuadi, N., Khairawati, S. And Sasono, H. (2019). Pengaruh Store Layout, Kualitas Pelayanan Dan Motivasi Rasional Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *At-Tauzi: Jurnal Ekonomi Islam*. 19(2):85–97

Hadju, H. Z. And Sitohang, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Pada Jasa Transportasi Pt.Pelni Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 9(8), 1–18

Hustic, I., & Gregurec, I. (2015). The influence of price on customer's purchase decision. Varazdin. Faculty of Organization and Informatics Varazdin. (Retrieved 25 December 2023 from <https://www.proquest.com/conference-papers-proceedings/influence-price-on-customers-purchase-decision/docview/1759330892/se-2>)

Irawan, I. A. (2018). Effect Of Trust, Convience, Security And Quality Of Service On Online Purchase Decision (Consumer Case Study In Tangerang Selatan Area). *Jurnal Ekonomi*, 23(1), 114–122

Isnaini, M., Kusuma, D. And Noviani, L. (2016). Pengaruh Kompetensi Dosen Dan Fasilitas Belajar Terhadap Kepuasan Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fkip Uns. *Bise: Jurnal Pendidikan Bisnis Dan Ekonomi*, 1(2), 1–20

Kelvinia, K., Putra, M. U. M. And Efendi, N. (2021). Pengaruh Lokasi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*. 11(2), 85–98.

Kotler, P., & Armstrong, G (2018). Principles of Marketing Global Edition 17th Edition. London: Pearson Education.

Khoirun Nisak, D. A. And Astuningsih, S. E. (2021). Pengaruh Kepercayaan Merek, Harga, Kualitas Layanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Prabayar Produk Simpati Telkomsel (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Iain Tulungagung). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 7(1), 41–48

Kodu, S. (2013). Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza. *Jurnal Emba*, 1(3), 1251–1259

Kritikos, K., Pernici, B., Plebani, P., Cappiello, C., Comuzzi, M., Benremou, S., ... & Carro, M. (2013). A survey on service quality description. *ACM Computing Surveys (CSUR)*, 46(1), 1-58

Lien, C. H., Wen, M. J., Huang, L. C., & Wu, K. L. (2015). Online hotel booking: The effects of brand image, price, trust and value on purchase intentions. *Asia Pacific Management Review*, 20(4), 210-218

Mahasani, E. F. And Wahyuningsih, T. H. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Penggunaan Goride Dan Grabbike Di Yogyakarta. *Cakrawala Bisnis*, 2(1), 57–68

- Mandey, J. B. (2013). Promosi, distribusi, harga pengaruhnya terhadap keputusan pembelian Rokok Surya Promild. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(4), 95-104
- Maulana, A. S. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Toi. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (Jrmb) Fakultas Ekonomi Uniat*, 4(1), 37–44
- Memah, D., Tumbel, A. And Rate, P. Van (2015). Analisis Strategi Promosi, Harga, Lokasi, Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Di Citraland Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(1), 1263–1273
- Moha, S. And Loindong, S. (2016). Analisis Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Yuta Di Kota Manado. *Jurnal Emba*, 4(1), 575–584
- Mongisidi, S. J., Sepang, J. And Soepeno, D. (2019). Pengaruh Lifestyle Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike (Studi Kasus Manado Town Square). *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(3), 2949–2958
- Mulyana, S. (2021) .Pengaruh Harga Dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online Pada Shopee Di Pekanbaru. *Jurnal Daya Saing*, 7(2), 185–195
- Munthe, R. And Peranginangin, A. M. (2021). The Effect Of Service Quality And Facilities On Purchasing Decisions At Ud. Bintang Petani Jaya In Pematangsiantar. *Budapest International Research And Critics Institute (Birci-Journal): Humanities And Social Sciences*, 4(2), 2474–2487
- Nasution, A. E., Putri, L. P. And Lesmana, M. T. (2019). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan Dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart Di Kota Medan. *Proseding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1(1), 194–199
- Prasad, Shantanu, Garg, A. And Prasad, Saroj (2019). Purchase Decision Of Generation Y In An Online
- Puspa, R., Permana, A. And Nuryanti, S. (2017). Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Perumahan Ciujuang River Park Serang, Banten). *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, 3(02), 205–215
- Ramli, R. A. L. P., Agustiani, I. N. And Silalahi, R. Y. B. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Keputusan Menginap Di Travelodge Hotel Batam. *Tourism Scientific Journal*, 7(1), 97–112
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Kbm Indonesia.
- Setyarko, Y. (2016). Analisis persepsi harga, promosi, kualitas layanan, dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan pembelian produk secara online. *Jurnal Ekonomika dan Manajemen*, 5(2), 128-147
- Suriansha, R., & Asrianto, A. (2021). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Memilih Program Uniprep Bumi Serpong Damai di Tangerang Selatan. *Journal of Economics and Business UBS*, 10(1), 84-94.
- Susanto, R. (2021). Pengaruh Harga Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo Di Tangerang Selatan. *Jabe (Journal Of Applied Business And Economic)*, 7(4), 450
- Susilowati And Osmond, J. (2013). Pengaruh Persepsi Konsumen Pada Kualitas Makanan, Kualitas

Inggrit Aulia Wati Hasanah, Sri Setyo Iriani. Pengaruh harga tiket tarif khusus, kualitas layanan petugas, dan fasilitas fisik stasiun terhadap keputusan penggunaan transportasi kereta api

Layanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Loving Hut Surabaya. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*. 1(1), 69–79

Wididana, K. B. S. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Kepercayaan Pasien Rumah Sakit Umum Shanti Graha Buleleng. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 3(1), 78–93