Department of Digital Business
Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)
Homepage: https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS
Vol. 5 No. 2 (2026) pp: 8655-8667
P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Pengaruh Fasilitas, Kualitas Layanan, Harga, dan Pengalaman Digital Melalui KAI *Access* terhadap Kepuasan Penumpang KA Airlangga

Celvin Marcelino, Harries Arizonia Ismail
[12]Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas AKI
[1]celvinjudo@gmail.com , [2]harries.arizonia@unaki.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh fasilitas, kualitas layanan, harga, dan pengalaman digital melalui aplikasi KAI Access terhadap kepuasan penumpang KA Airlangga rute Stasiun Pasar Senen Jakarta–Stasiun Pasar Turi Surabaya. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menguji hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 96 responden yang merupakan penumpang KA Airlangga dan dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Penentuan jumlah sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Lemeshow. Analisis data dilakukan melalui uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji t, dan koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan penumpang dengan koefisien regresi sebesar 0,333 dan nilai signifikansi kurang dari 0,001. Harga juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan penumpang dengan koefisien regresi sebesar 0,360 dan nilai signifikansi kurang dari 0,001. Selain itu, pengalaman digital melalui aplikasi KAI Access berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan penumpang dengan koefisien regresi sebesar 0,198 dan nilai signifikansi 0,003. Sebaliknya, kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan penumpang karena memiliki nilai signifikansi sebesar 0,093. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,874 menunjukkan bahwa 87,4% variasi kepuasan penumpang dapat dijelaskan oleh fasilitas, kualitas layanan, harga, dan pengalaman digital melalui KAI Access, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Penelitian ini menunjukkan bahwa fasilitas, harga, dan pengalaman digital merupakan faktor utama yang memengaruhi kepuasan penumpang KA Airlangga.

Kata Kunci: *Fasilitas, Kualitas Layanan, Harga, Pengalaman Digital melalui KAI Access, Kepuasan Penumpang.*

1. Latar Belakang

Transportasi memiliki peran penting dalam mendukung mobilitas masyarakat serta mendorong pertumbuhan ekonomi melalui perpindahan manusia dan distribusi barang antarwilayah. Seiring meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap layanan transportasi, persaingan antar penyedia jasa transportasi seperti kereta api, bus, taksi, travel, dan transportasi berbasis aplikasi semakin ketat. Kondisi ini menuntut perusahaan transportasi untuk mampu memberikan fasilitas yang memadai, kualitas layanan yang baik, harga yang kompetitif, serta pengalaman digital yang optimal guna menciptakan kepuasan pelanggan. Salah satu moda transportasi yang banyak digunakan masyarakat di Indonesia adalah kereta api yang dikelola oleh PT Kereta Api Indonesia (Persero) sebagai perusahaan transportasi milik negara. PT KAI menyediakan berbagai kelas layanan dan rute perjalanan antarkota, termasuk KA Airlangga yang melayani rute Pasar Senen Jakarta ke Pasar Turi Surabaya. Untuk meningkatkan kepuasan penumpang, PT KAI terus mengembangkan berbagai aspek pelayanan, mulai dari fasilitas fisik, kualitas layanan operasional, penetapan harga yang sesuai, hingga layanan digital melalui aplikasi *Access* by KAI dan berbagai platform pemesanan tiket lainnya. Demikian, fasilitas, kualitas layanan, harga, dan pengalaman digital menjadi faktor penting yang dapat memengaruhi tingkat kepuasan penumpang dalam menggunakan jasa transportasi kereta api.

Perjalanan kereta Pasar Senen Jakarta–Pasar Turi Surabaya merupakan salah satu jalur kereta api tersibuk di Indonesia yang dilayani oleh KA Airlangga dan KA Kertajaya. Di antara keduanya, KA Airlangga menjadi pilihan masyarakat karena menawarkan tarif yang sangat terjangkau dengan layanan perjalanan jarak jauh sekitar 719 km. Meskipun menggunakan kelas ekonomi dengan konfigurasi kursi 3-2, KA Airlangga tetap menyediakan fasilitas dasar seperti AC, stopkontak, kereta makan, serta kemudahan layanan digital melalui aplikasi *Access* by KAI. Kombinasi harga yang ekonomis, fasilitas yang memadai, dan jangkauan perjalanan yang luas menjadikan KA

Airlangga sebagai salah satu moda transportasi andalan bagi masyarakat yang mengutamakan efisiensi biaya dan kemudahan perjalanan antarkota.

Secara keadaan, fasilitas yang memadai, kualitas layanan yang baik, harga yang terjangkau, serta kemudahan penggunaan aplikasi *Access* by KAI diharapkan mampu meningkatkan kepuasan penumpang. Namun, pada layanan KA Airlangga masih terdapat beberapa kendala, seperti kenyamanan kursi yang kurang optimal untuk perjalanan jarak jauh, kepadatan gerbong yang memengaruhi persepsi kualitas layanan, serta tingginya persaingan memperoleh tiket yang terkadang menyebabkan gangguan pada pengalaman digital pengguna. Meskipun menawarkan tarif yang sangat ekonomis, penumpang tetap memiliki ekspektasi tinggi terhadap kualitas layanan yang diterima. Kondisi ini menunjukkan bahwa hubungan antara fasilitas, kualitas layanan, harga, dan pengalaman digital dengan kepuasan penumpang masih perlu dikaji lebih lanjut, khususnya pada layanan KA Airlangga rute Pasar Senen Jakarta–Pasar Turi Surabaya.

Kepuasan penumpang merupakan perasaan yang timbul setelah membandingkan harapan dengan kinerja layanan yang diterima Wiedyani et al., (2019). Pada KA Airlangga, tingkat kepuasan penumpang dapat dilihat dari penilaian terhadap pengalaman perjalanan yang dirasakan selama menggunakan layanan kereta api. Oleh karena itu, kepuasan penumpang menjadi indikator penting untuk mengevaluasi keberhasilan penyedia layanan dalam memenuhi kebutuhan dan harapan pengguna.

Sedangkan pada variabel fasilitas, hasil penelitian mengenai pengaruh fasilitas terhadap kepuasan penumpang masih menunjukkan hasil yang berbeda. Penelitian yang dilakukan oleh Susanti (2017) dan Apriyadi (2017) menemukan bahwa fasilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan Dea (2016) dan Sulistyowati et al., (2016) menunjukkan hasil yang tidak signifikan. Oleh karena itu, pengaruh fasilitas terhadap kepuasan penumpang masih perlu diteliti lebih lanjut.

Selain fasilitas, kualitas layanan juga merupakan faktor penting yang dapat memengaruhi kepuasan penumpang. Hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan penumpang masih menunjukkan hasil yang beragam. Penelitian yang dilakukan oleh Triantoro et al., (2019) dan Arrasy et al., (2021) menemukan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan penumpang, sedangkan Harahap et al., (2026) dan Sinaga (2023) menunjukkan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan. Oleh karena itu, pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan penumpang masih perlu dikaji lebih lanjut.

Penelitian mengenai pengaruh harga dan pengalaman digital melalui KAI *Access* terhadap kepuasan penumpang juga menunjukkan hasil yang beragam. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Hakim et al., (2022) dan Zustanto (2022) menemukan bahwa harga berpengaruh positif terhadap kepuasan penumpang, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Selinda et al., (2020) dan Wulandari et al., (2025) menunjukkan pengaruh yang tidak signifikan. Sementara itu, Sonia et al., (2026) dan Silvia et al., (2025) menemukan bahwa pengalaman digital melalui KAI *Access* berpengaruh positif terhadap kepuasan penumpang, sedangkan penelitian Wahyujatmiko et al., (2025) dan Angga et al., (2025) menunjukkan hasil yang tidak signifikan. Perbedaan hasil temuan tersebut menunjukkan bahwa pengaruh harga dan pengalaman digital terhadap kepuasan penumpang masih perlu ditinjau ulang.

Berdasarkan berbagai penelitian terdahulu, fasilitas, kualitas layanan, harga, dan pengalaman digital melalui KAI *Access* merupakan faktor yang berpotensi memengaruhi kepuasan penumpang. Meskipun demikian, temuan penelitian sebelumnya masih menunjukkan hasil yang belum konsisten, sehingga hubungan antarvariabel tersebut masih memerlukan pengujian lebih lanjut. Selain itu, penelitian yang mengkaji pengaruh keempat variabel tersebut secara simultan pada layanan KA Airlangga masih relatif terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh fasilitas, kualitas layanan, harga, dan pengalaman digital melalui KAI *Access* terhadap kepuasan penumpang KA Airlangga rute Pasar Senen Jakarta–Pasar Turi Surabaya.

LANDASAN TEORI

Teori Perilaku Konsumen

Teori perilaku konsumen merupakan kajian yang mempelajari proses individu atau kelompok dalam mencari, memilih, membeli, menggunakan, serta mengevaluasi produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Menurut ahli (Firmansyah, 2018) perilaku konsumen merupakan tindakan seseorang atau kelompok dalam memilih, membeli, menggunakan, hingga menghentikan penggunaan suatu produk atau jasa untuk memperoleh kepuasan tertentu. Teori ini menjelaskan bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh faktor internal, seperti harapan, motivasi, persepsi, dan kondisi ekonomi, serta faktor eksternal, seperti fasilitas, kualitas layanan, harga, dan lingkungan sosial.

DOI: https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.9723
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

Dalam penelitian ini, teori perilaku konsumen digunakan untuk menjelaskan pengaruh fasilitas, kualitas layanan, harga, dan pengalaman digital melalui aplikasi KAI *Access* terhadap kepuasan penumpang KA Airlangga rute Stasiun Pasar Senen Jakarta–Stasiun Pasar Turi Surabaya. Kepuasan penumpang dipandang sebagai hasil dari interaksi antara faktor-faktor eksternal yang diberikan penyedia jasa dengan persepsi dan pengalaman yang dirasakan penumpang selama menggunakan layanan transportasi kereta api.

Fasilitas

Fasilitas merupakan salah satu aspek penting dalam penyediaan jasa yang diwujudkan melalui berbagai sarana dan prasarana fisik untuk mendukung pemenuhan kebutuhan serta meningkatkan kenyamanan konsumen dalam menggunakan layanan. Menurut Susanti (2017) fasilitas merupakan sarana berupa barang maupun jasa yang disediakan oleh perusahaan guna menciptakan kepuasan pelanggan. Dalam transportasi perkeretaapian, fasilitas mencakup seluruh sarana fisik yang tersedia baik di lingkungan stasiun maupun di dalam rangkaian kereta api yang berfungsi untuk menunjang kelancaran, kenyamanan, dan keamanan perjalanan penumpang. Oleh karena itu, ketersediaan fasilitas yang memadai menjadi komponen strategis bagi PT Kereta Api Indonesia dalam meningkatkan kualitas pelayanan serta memenuhi ekspektasi dan kepuasan penumpang secara optimal.

Berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Tjiptono (2019), fasilitas dapat diukur melalui beberapa indikator sebagai berikut:

1. Pertimbangan Spesial: Ketersediaan ruang yang cukup, pengaturan tempat duduk yang nyaman di dalam gerbong, serta area tunggu di stasiun Pasar Senen dan Pasar Turi.
2. Perencanaan Tata Letak: Kemudahan akses penumpang menuju gerbong, toilet, kantin (kereta makan), dan area stop kontak.
3. Perlengkapan/Peralatan: Keberadaan alat penunjang seperti AC yang berfungsi baik, kebersihan toilet, ketersediaan meja lipat, dan lampu baca.
4. Unsur Lingkungan: Kebersihan interior kereta, aroma ruangan, tingkat kebisingan, dan pencahayaan yang memadai.

Kualitas Layanan

Kualitas layanan merupakan kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen melalui penyampaian layanan yang tepat, konsisten, dan sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Menurut Arrasy et al., (2021) kualitas layanan menjadi salah satu faktor strategis yang berperan penting dalam menciptakan keunggulan kompetitif pada industri jasa. Dalam konteks transportasi perkeretaapian, kualitas layanan tidak hanya diukur dari ketepatan waktu operasional, tetapi juga dari kualitas interaksi antara petugas dan penumpang selama proses pelayanan berlangsung. Oleh karena itu, konsistensi dalam menjaga dan meningkatkan kualitas layanan menjadi aspek yang krusial bagi PT Kereta Api Indonesia dalam membangun kepercayaan serta meningkatkan kepuasan penumpang, khususnya pada layanan kereta jarak jauh seperti KA Airlangga yang melayani rute Jakarta–Surabaya.

Dalam penelitian ini, pengukuran kualitas layanan yang dirasakan oleh penumpang KA Airlangga ada lima dimensi kualitas layanan yang dikemukakan oleh Zeithaml dkk. Dimensi-dimensi tersebut digunakan sebagai dasar untuk menilai kualitas pelayanan yang diberikan kepada penumpang, yaitu sebagai berikut:

1. Keandalan *(Reliability)*: Berkaitan dengan kemampuan perusahaan memberikan layanan yang dijanjikan secara akurat, seperti jadwal perjalanan yang tepat waktu.
2. Daya Tanggap (*Responsiveness)*: Kesigapan petugas dalam membantu kesulitan penumpang dan memberikan informasi yang jelas selama di perjalanan.
3. Jaminan *(Assurance)*: Mencakup keramahan, kompetensi, serta rasa aman yang dirasakan penumpang selama berada di lingkungan kereta api.
4. Empati *(Empathy)*: Pemberian perhatian secara personal kepada penumpang, termasuk kemudahan komunikasi.
5. Bukti Fisik *(Tangibles)*: Konteks ini beririsan dengan variabel fasilitas, meliputi penampilan petugas yang rapi serta kebersihan sarana yang terlihat secara kasatmata.

Harga

Harga merupakan salah satu unsur dalam bauran pemasaran yang berperan sebagai sumber pendapatan bagi perusahaan. Menurut pendapat Hakim et al., (2022) harga merupakan sejumlah nilai yang harus dikeluarkan konsumen untuk memperoleh manfaat dari penggunaan suatu produk atau jasa. Dalam transportasi kereta api, harga tiket tidak hanya menunjukkan biaya yang dibayarkan penumpang, tetapi juga mencerminkan nilai yang diterima dari layanan yang digunakan. Bagi penumpang KA Airlangga rute Jakarta–Surabaya, harga tiket menjadi pertimbangan penting yang berkaitan dengan manfaat yang diperoleh selama perjalanan, seperti kenyamanan, keamanan, dan kemudahan layanan yang diberikan oleh PT Kereta Api Indonesia.

DOI: https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.9723
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

Dalam penelitian ini, variabel harga diukur menggunakan beberapa indikator yang mengacu pada teori Tjiptono (2019), yaitu:

1. Keterjangkauan Harga: Sejauh mana tarif tiket KA Airlangga dapat dijangkau oleh target pasar, mengingat kereta ini merupakan layanan kelas ekonomi dengan skema PSO *(Public Service Obligation).*
2. Kesesuaian Harga dengan Kualitas: Penilaian penumpang mengenai apakah biaya yang dikeluarkan sebanding dengan fasilitas dan layanan yang diterima selama perjalanan dari stasiun pasar senen Jakarta ke stasiun pasar turi Surabaya.
3. Daya Saing Harga: Perbandingan tarif KA Airlangga dengan moda transportasi lain (seperti bus AKAP atau kereta api kelas lain) pada rute yang sama.
4. Kesesuaian Harga dengan Manfaat: Persepsi penumpang bahwa harga yang dibayarkan memberikan manfaat berupa efisiensi waktu dan ketepatan jadwal dibandingkan transportasi pribadi atau umum lainnya.

Pengalaman Digital

Pengalaman digital merupakan rangkaian pengalaman yang diperoleh pengguna melalui interaksi dengan layanan berbasis teknologi yang disediakan oleh suatu organisasi. Menurut Sonia et al., (2026) pengalaman pelanggan di era digital mencakup seluruh perjalanan pelanggan (*customer journey),* mulai dari tahap sebelum pembelian, saat pembelian, hingga setelah pembelian. Pada layanan transportasi kereta api, pengalaman digital tercermin melalui penggunaan aplikasi KAI *Access* yang memungkinkan penumpang mengakses berbagai layanan secara mandiri, seperti pemesanan tiket, pengelolaan jadwal perjalanan, serta pemanfaatan layanan pendukung lainnya yang disediakan oleh PT Kereta Api Indonesia.

Untuk menilai kualitas pengalaman digital yang dirasakan pengguna, diperlukan beberapa indikator yang dapat menggambarkan kemampuan platform dalam memberikan kemudahan, kenyamanan, dan kepuasan selama digunakan. Dalam penelitian ini, pengukuran pengalaman digital mengacu pada dimensi yang dikembangkan dalam teori *Electronic Service Quality (E-ServQual)* dan *User Experience (UX),* yang relevan dengan penggunaan aplikasi KAI *Access* oleh penumpang KA Airlangga, yaitu sebagai berikut:

1. Kemudahan Penggunaan: Sejauh mana aplikasi KAI *Access* dirancang dengan antarmuka yang intuitif, sehingga penumpang dari berbagai latar belakang dapat melakukan pemesanan tiket rute Jakarta-Surabaya tanpa kendala teknis.
2. Efisiensi & Kecepatan Kemampuan aplikasi dalam memproses transaksi, pengecekan ketersediaan kursi secara *real-time*, serta kecepatan dalam mendapatkan *e-boarding pass.*
3. Kelengkapan Fitur: Ketersediaan fitur pendukung seperti *Connecting Train*, pembatalan tiket daring (online refund), perubahan jadwal *(reschedule),* hingga pemesanan makanan di atas kereta melalui fitur *Rail Food*.
4. Keamanan Transaksi: Jaminan keamanan data pribadi dan keberhasilan integrasi sistem pembayaran elektronik yang tersedia di dalam aplikasi.

Kepuasan Penumpang

Kepuasan penumpang merupakan tingkat penilaian yang diberikan oleh penumpang setelah menggunakan suatu layanan berdasarkan perbandingan antara harapan sebelum menggunakan layanan dan pengalaman yang diperoleh setelahnya. Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2016), pelanggan akan merasa tidak puas apabila kinerja layanan berada di bawah harapan, merasa puas apabila kinerja sesuai dengan harapan, dan merasa sangat puas apabila kinerja layanan melebihi harapan. Pada layanan transportasi kereta api, kepuasan penumpang mencerminkan penilaian secara keseluruhan terhadap pengalaman perjalanan yang diterima, mulai dari proses pemesanan tiket melalui aplikasi KAI *Access* hingga selesainya perjalanan dari Stasiun Pasar Senen Jakarta menuju Stasiun Pasar Turi Surabaya.

Kepuasan penumpang dipengaruhi oleh berbagai faktor yang berperan dalam membentuk penilaian terhadap layanan yang diterima. Berdasarkan teori kualitas layanan dan kepuasan pelanggan, terdapat beberapa faktor utama yang menjadi fokus dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Kualitas Produk/Jasa: Dalam hal ini adalah fasilitas fisik gerbong dan keandalan operasional kereta.
2. Kualitas Pelayanan: Interaksi dengan petugas di stasiun maupun selama perjalanan.
3. Harga: Persepsi keadilan tarif dibandingkan dengan manfaat yang diterima.
4. Kemudahan Akses: Pengalaman pengguna dalam menggunakan teknologi digital (KAI *Access*) untuk meminimalkan usaha *(effort)* dalam mendapatkan layanan.

2. Metode Penelitian

Jenis Data Dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif kausal untuk menguji pengaruh fasilitas, kualitas layanan, harga, dan pengalaman digital melalui KAI *Access* terhadap kepuasan

DOI: https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.9723
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

penumpang KA Airlangga rute Stasiun Pasar Senen Jakarta–Stasiun Pasar Turi Surabaya. Penelitian asosiatif kausal dipilih karena bertujuan untuk menganalisis hubungan sebab akibat antara variabel independen dan variabel dependen yang diteliti.

Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner yang disusun berdasarkan indikator variabel penelitian dengan menggunakan skala Likert 1–5. Kuesioner diberikan kepada penumpang KA Airlangga rute Stasiun Pasar Senen Jakarta–Stasiun Pasar Turi Surabaya untuk memperoleh data penelitian. Data yang diperoleh kemudian diolah dan dianalisis guna menghasilkan informasi yang relevan serta mendukung pencapaian tujuan penelitian.

Populasi Dan Sampel

Populasi penelitian ini terdiri atas seluruh penumpang KA Airlangga yang melakukan perjalanan pada rute Stasiun Pasar Senen Jakarta–Stasiun Pasar Turi Surabaya. Penumpang yang dimaksud adalah individu yang telah menggunakan layanan KA Airlangga pada rute tersebut dan memiliki pengalaman terkait layanan yang diteliti.

Jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui secara pasti, sehingga penentuan ukuran sampel dilakukan menggunakan rumus *Lemeshow*. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *non-probability sampling*. Menurut Sekaran et al., (2020) *non-probability sampling* merupakan metode pemilihan sampel yang tidak memberikan kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk terpilih sebagai responden.Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, yaitu pemilihan responden berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditetapkan sesuai dengan tujuan penelitian. Melalui teknik ini, sampel yang diperoleh diharapkan dapat memberikan informasi yang relevan dengan objek penelitian.

Metode yang di pakai dalam menentukan jumlah sampel ialah rumus l*emeshow* yang di jelaskan sebagai berikut :

$$n = \frac{Z^2 \times P \times (1 - P)}{d^2}$$

Keterangan:

n = Sampel penelitian

Z = Skor Z pada tingkat kepercayaan tertentu (biasanya 95%, maka Z = 1,96).

P = Maksimal estimasi (jika tidak diketahui, biasanya digunakan 0,5 agar jumlah sampel maksimal).

d = Alpha atau tingkat kesalahan yang ditoleransi (biasanya 0,05 atau 5%, bisa juga 0,1 atau 10%).

Dalam penelitian ini digunakan tingkat kepercayaan sebesar 95%, sehingga nilai Z sebesar 1,96. Maksimal estimasinya dalam penelitian ini tidak diketahui maka nilai P sebesar 0,5. Tingkat kesalahan yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah 10% sehingga nilai d sebesar 0,1.

Perhitungan jumlah sampel dilakukan sebagai berikut :

$$n = \frac{1{,}96^2 \times 0{,}5 \times (1 - 0{,}5)}{0{,}1^2}$$

$$n = \frac{3{,}8416 \times 0{,}25}{0{,}01}$$

$$n = \frac{0{,}9604}{0{,}01} = 96{,}04$$

Berdasarkan hasil perhitungan, jumlah sampel minimum yang diperoleh adalah 96,04 responden. Nilai tersebut kemudian dibulatkan menjadi 96 responden karena jumlah sampel tidak dapat dinyatakan dalam bentuk desimal. Oleh sebab itu, penelitian ini menetapkan 96 responden sebagai sampel penelitian.

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui kemampuan instrumen kuesioner dalam mengukur variabel yang diteliti. Pengujian validitas menggunakan teknik *Pearson Product Moment* dengan membandingkan nilai r-hitung dan r-tabel, di mana item pertanyaan dinyatakan valid apabila nilai r-hitung lebih besar daripada r-tabel dan memiliki tingkat signifikansi kurang dari 0,05, sedangkan item yang memiliki nilai r-hitung lebih kecil daripada r-tabel dinyatakan tidak valid sehingga perlu diperbaiki atau dihapus dari instrumen penelitian.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur tingkat konsistensi jawaban responden terhadap item kuesioner dengan menggunakan metode *Cronbach's Alpha*, di mana instrumen dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai *Cronbach's Alpha* ≥ 0,70, cukup reliabel pada rentang 0,60–0,69, dan tidak reliabel apabila nilainya < 0,60.

DOI: https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.9723
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data residual dalam penelitian berdistribusi normal. Pengujian dilakukan menggunakan *Kolmogorov–Smirnov* Test dan grafik Normal *P- Plot*, dengan kriteria bahwa data dinyatakan berdistribusi normal apabila memiliki nilai signifikansi lebih dari 0,05, sedangkan nilai signifikansi kurang dari 0,05 menunjukkan bahwa data tidak berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan yang kuat antarvariabel independen dalam model penelitian. Pengujian dilakukan dengan melihat nilai *Tolerance Variance Inflation Factor* (VIF), di mana model dinyatakan bebas dari multikolinearitas apabila nilai *Tolerance* lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10. Sebaliknya, nilai *Tolerance* yang rendah atau nilai VIF yang melebihi 10 menunjukkan adanya gejala multikolinearitas sehingga model penelitian perlu dievaluasi dan diperbaiki.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya ketidaksamaan varians pada residual dalam model penelitian. Pengujian dilakukan menggunakan *Uji Glejser*, dengan ketentuan bahwa nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 menunjukkan tidak terjadi heteroskedastisitas, sedangkan nilai signifikansi kurang dari 0,05 menunjukkan adanya heteroskedastisitas. Model yang baik diharapkan bebas dari masalah heteroskedastisitas agar hasil estimasi lebih valid.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel fasilitas (X1), kualitas layanan (X2), harga (X3), dan pengalaman digital melalui KAI *Access* (X4) terhadap kepuasan penumpang (Y).

Uji T

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Pengambilan keputusan didasarkan pada nilai signifikansi, yaitu apabila nilai Sig. kurang dari 0,05 maka hipotesis diterima dan variabel berpengaruh signifikan, sedangkan apabila nilai Sig. lebih dari 0,05 maka hipotesis ditolak karena tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi pada variabel dependen. Nilai koefisien determinasi (R^2) yang mendekati 1 menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan yang baik dalam menjelaskan variabel dependen, sedangkan nilai R^2 yang mendekati 0 menunjukkan bahwa kemampuan model dalam menjelaskan variabel dependen masih rendah.

3. Hasil dan Pembahasan

Deskripsi Responden

Penelitian ini melibatkan 96 responden penumpang KA Airlangga rute Stasiun Pasar Senen Jakarta–Stasiun Pasar Turi Surabaya. Klasifikasi responden berdasarkan jenis kelamin dan usia disajikan pada tabel berikut.

Tabel 1. Deskripsi Responden

No.	Jenis Kelamin (Usia)	Jumlah	Persentase
1.	Laki-laki (17-25 Tahun)	28	28%
2.	Perempuan (17-25 Tahun)	39	39%
3.	Laki-laki (26-35 Tahun)	11	11%
4.	Perempuan (26-35 Tahun)	5	5%
5.	Laki-laki (36-40 Tahun)	2	2%
6.	Perempuan (36-40 Tahun)	3	3%
7.	Laki-laki (>40 Tahun)	2	2%
8.	Perempuan (>40 Tahun)	6	6%
TOTAL		96	96%

Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini digunakan untuk menilai kelayakan data yang diperoleh dari kuesioner sebagai instrumen penelitian. Item pertanyaan pada setiap variabel dinyatakan valid apabila nilai r hitung lebih

DOI: https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.9723
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

besar daripada r tabel, dengan r tabel pada taraf signifikansi 5% dan derajat kebebasan (df = n – 2) sebesar 96 yaitu 0,2006. Hasil uji validitas disajikan pada tabel berikut.

Tabel 3. Uji Validitas

No.	Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
Fasilitas				
1.	X1.1	0,800	0,2006	Lolos Uji Validasi
2.	X1.2	0,888	0,2006	Lolos Uji Validasi
3.	X1.3	0,813	0,2006	Lolos Uji Validasi
4.	X1.4	0,841	0,2006	Lolos Uji Validasi
Kualitas Layanan				
1.	X2.1	0,851	0,2006	Lolos Uji Validasi
2.	X2.2	0,890	0,2006	Lolos Uji Validasi
3.	X2.3	0,765	0,2006	Lolos Uji Validasi
4.	X2.4	0,871	0,2006	Lolos Uji Validasi
5.	X2.5	0,878	0,2006	Lolos Uji Validasi
Harga				
1.	X3.1	0,876	0,2006	Lolos Uji Validasi
2.	X3.2	0,923	0,2006	Lolos Uji Validasi
3.	X3.3	0,845	0,2006	Lolos Uji Validasi
4.	X3.4	0,866	0,2006	Lolos Uji Validasi
Pengalaman Digital Melalui KAI *Access*				
1.	X4.1	0,918	0,2006	Lolos Uji Validasi
2.	X4.2	0,922	0,2006	Lolos Uji Validasi
3.	X4.3	0,902	0,2006	Lolos Uji Validasi
4.	X4.4	0,913	0,2006	Lolos Uji Validasi
Kepuasan Penumpang				
1.	Y.1	0,826	0,2006	Lolos Uji Validasi
2.	Y.2	0,905	0,2006	Lolos Uji Validasi

DOI: https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.9723
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

3.	Y.3	0,895	0,2006	Lolos Uji Validasi
4.	Y.4	0,895	0,2006	Lolos Uji Validasi

Berdasarkan hasil uji validitas, seluruh indikator pada variabel Fasilitas (X1), Kualitas Layanan (X2), Harga (X3), Pengalaman Digital melalui KAI *Access* (X4), dan Kepuasan Penumpang (Y) memiliki nilai r hitung yang lebih besar daripada r tabel (0,2006). Dengan demikian, seluruh item pertanyaan dalam kuesioner dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai instrumen untuk mengukur variabel penelitian.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui tingkat konsistensi jawaban responden serta mengukur keandalan instrumen kuesioner dalam mengukur variabel penelitian. Data kuesioner dinyatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,60. Hasil uji reliabilitas disajikan pada tabel berikut.

Tabel 2. Uji Reliabilitas

No.	Variabel	Nilai *Cronbach's Alpha*	Nilai Standarisasi	Keterangan
1.	Fasilitas	0,857	0,60	*Reliable*
2.	Kualitas Layanan	0,905	0,60	*Reliable*
3.	Harga	0,900	0,60	*Reliable*
4.	Pengalaman Digital Melalui KAI *Access*	0,934	0,60	*Reliable*
5.	Kepuasan Penumpang	0,903	0,60	*Reliable*

Berdasarkan data pada tabel di atas, berikut adalah rincian hasil uji reliabilitas untuk masing-masing variabel:

1. Variabel Fasilitas memiliki nilai *Cronbach's* Alpha sebesar 0,857, yang lebih besar dari nilai standardisasi 0,60. Maka variabel ini dinyatakan *Reliable.*
2. Variabel Kualitas Layanan memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,905, yang lebih besar dari nilai standardisasi 0,60. Maka variabel ini dinyatakan *Reliable.*
3. Variabel Harga memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,900, yang lebih besar dari nilai standardisasi 0,60. Maka variabel ini dinyatakan *Reliable.*
4. Variabel Pengalaman Digital Melalui KAI *Access* memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,934, yang lebih besar dari nilai standardisasi 0,60. Maka variabel ini dinyatakan *Reliable.*
5. Variabel Kepuasan Penumpang (memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,903, yang lebih besar dari nilai standardisasi 0,60. Maka variabel ini dinyatakan *Reliable*.

Uji Normalitas

Uji normalitas dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui apakah data pada variabel independen dan dependen dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak. Pengujian dilakukan menggunakan *uji Kolmogorov–Smirnov (K-S)* dengan bantuan program SPSS. Kriteria pengambilan keputusan yaitu apabila nilai signifikansi (*Asymp. Sig.)* lebih dari 0,05 maka data berdistribusi normal, sedangkan jika kurang dari 0,05 maka data tidak berdistribusi tidak normal.

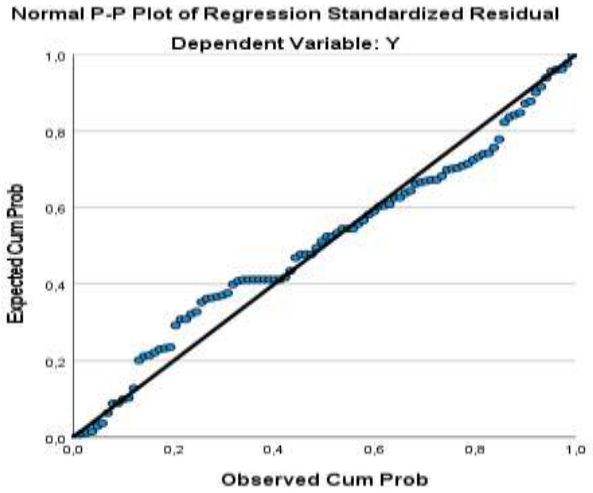
Tabel 4. Uji Normalitas

No	**Parameter / Statistik Pengujian**	**Unstandardized Residual**
1	**N (Jumlah Sampel)**	96

DOI: https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.9723
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

No	Parameter / Statistik Pengujian	Unstandardized Residual
2	**Asymp. Sig. (2-tailed)**	**0,191**

Hasil uji *Kolmogorov-Smirnov (K-S*) menunjukkan nilai *Asymp. Sig*. sebesar 0,191, yang mana angka tersebut berada di atas ambang batas signifikansi 0,05. Hal ini mengindikasikan bahwa data yang digunakan dalam penelitian telah memenuhi asumsi distribusi normal. Konsekuensinya, model regresi ini dinyatakan lolos uji asumsi klasik normalitas dan dapat dianalisis lebih lanjut pada tahap pengujian hipotesis



Gambar 1. P-P Plot

Hasil analisis grafik Normal P-P Plot menunjukkan bahwa data residual dalam model regresi telah terdistribusi secara normal. Indikasi ini terlihat dari titik-titik data yang menyebar secara seimbang di sekitar garis diagonal serta bergerak searah dengan garis tersebut. Tidak adanya deviasi yang signifikan atau pola melengkung yang ekstrem pada grafik mengonfirmasi bahwa asumsi normalitas telah terpenuhi. Dengan demikian, model regresi ini dinyatakan valid serta layak digunakan untuk analisis pengujian hipotesis.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dalam penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah model regresi menemukan adanya korelasi yang kuat atau sempurna antarvariabel independen. Model regresi yang ideal mensyaratkan tidak adanya gejala multikolinearitas agar setiap variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen secara objektif tanpa saling tumpang tindih. Pengujian ini diestimasi dengan menganalisis nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF), dengan kriteria pengambilan keputusan yaitu jika nilai *Tolerance* > 0,10 dan nilai VIF < 10, maka model regresi dinyatakan bebas dari masalah multikolinearitas

Tabel 5. Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	X1	,392	2,553
	X2	,180	5,546
	X3	,418	2,391
	X4	,325	3,078

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel uji multikolinearitas di atas, hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh variabel independen dalam penelitian ini memiliki nilai *Tolerance* yang lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF yang lebih kecil dari 10.

Dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini terbebas dari gejala multikolinearitas. Konsekuensinya, seluruh variabel independen yang meliputi Fasilitas, Kualitas Layanan , Harga, dan Pengalaman

DOI: https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.9723
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

Digital Melalui KAI *Access* dapat digunakan secara simultan di dalam model regresi untuk menjelaskan variabel dependen, yaitu Kepuasan Penumpang.

Uji Heteroskedastisitas

Tujuan mendasar dari pengujian heteroskedastisitas adalah memverifikasi ada tidaknya ketidaksamaan varians residual antar-periode pengamatan. Penelitian ini menerapkan uji *Glejser* sebagai instrumen dengan penarikan kesimpulan sebagai berikut:

1. Apabila koefisien signifikansi > 0,05, maka hipotesis nol (H0) diterima, yang berarti model regresi bebas dari masalah heteroskedastisitas.
2. Apabila koefisien signifikansi < 0,05, maka hipotesis nol (H0) ditolak, yang menandakan model regresi mengalami gejala heteroskedastisitas

Tabel 6. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	1,125	,454		2,476	,015
	X1	-,034	,039	-,145	-,888	,377
	X2	,037	,050	,179	,746	,458
	X3	-,069	,037	-,294	-1,863	,066
	X4	,032	,043	,135	,752	,454

a. Dependent Variable: Abs_RES

Berdasarkan hasil pengujian heterokedastisitas yang disajikan pada tabel di atas, seluruh variabel independen menunjukkan nilai signifikansi yang melebihi batas 0,05. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini tidak mengandung gejala heterokedastisitas. Dengan demikian, model regresi telah memenuhi salah satu asumsi klasik yang diperlukan dalam analisis regresi. Oleh karena itu, model tersebut layak digunakan untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh variabel Fasilitas, Kualitas Layanan, Harga, serta Pengalaman Digital melalui KAI *Access* terhadap Kepuasan Penumpang.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda dalam penelitian ini berguna untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antar variabel independen dengan variabel dependen di penelitian ini.

Tabel 7. Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-,723	,681		-1,061	,291
	X1	,333	,058	,341	5,737	<,001
	X2	,126	,074	,149	1,696	,093
	X3	,360	,056	,373	6,476	<,001
	X4	,198	,064	,201	3,075	,003

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda yang ditunjukkan pada tabel koefisien (coefficient), diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

Y = -0,723 + 0,333 Fasilitas + 0,126 Kualitas Layanan + 0,360 Harga + 0,198 Pengalaman Digital melalui KAI *Access*

Keterangan:

- **Y** = Kepuasan Penumpang (variabel dependen)

DOI: https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.9723
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

- **a** = Konstanta, yaitu nilai Kepuasan Penumpang ketika seluruh variabel independen bernilai nol
- **b1–b4** = Koefisien regresi dari variabel independen yang terdiri atas Fasilitas, Kualitas Layanan, Harga, dan Pengalaman Digital melalui KAI *Access*

Persamaan regresi tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:
a. Nilai konstanta sebesar -0,723 menunjukkan bahwa apabila variabel Fasilitas, Kualitas Layanan, Harga, dan Pengalaman Digital melalui KAI *Access* diasumsikan bernilai nol, maka tingkat Kepuasan Penumpang diperkirakan sebesar -0,723. Nilai ini merepresentasikan kondisi dasar Kepuasan Penumpang ketika tidak terdapat pengaruh dari seluruh variabel independen yang diteliti.
b. Koefisien regresi variabel Fasilitas sebesar 0,333 mengindikasikan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada variabel Fasilitas akan meningkatkan Kepuasan Penumpang sebesar 0,333 satuan, dengan asumsi variabel independen lainnya tetap atau tidak mengalami perubahan.
c. Koefisien regresi variabel Kualitas Layanan sebesar 0,126 menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan pada Kualitas Layanan akan diikuti oleh peningkatan Kepuasan Penumpang sebesar 0,126 satuan, dengan asumsi variabel independen lainnya konstan.
d. Koefisien regresi variabel Harga sebesar 0,360 mengindikasikan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada variabel Harga akan meningkatkan Kepuasan Penumpang sebesar 0,360 satuan, dengan asumsi variabel independen lainnya tidak mengalami perubahan.
e. Koefisien regresi variabel Pengalaman Digital melalui KAI *Access* sebesar 0,198 menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan pada variabel tersebut akan meningkatkan Kepuasan Penumpang sebesar 0,198 satuan, dengan asumsi variabel independen lainnya berada dalam kondisi tetap.

Uji T

Uji parsial (uji t) dalam penelitian ini digunakan untuk menganalisis pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara individual. Kriteria pengujian menunjukkan bahwa apabila nilai t hitung lebih besar daripada t tabel atau nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa variabel independen yang diuji memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 8. Uji T

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-,723	,681		-1,061	,291
	X1	,333	,058	,341	5,737	<,001
	X2	,126	,074	,149	1,696	,093
	X3	,360	,056	,373	6,476	<,001
	X4	,198	,064	,201	3,075	,003

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan hasil pengujian regresi yang telah dilakukan, dapat diketahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen yang selanjutnya diinterpretasikan sebagai berikut:

a. Variabel Fasilitas memiliki koefisien regresi sebesar 0,333 dengan nilai signifikansi kurang dari 0,001 ($p < 0,05$). Hasil tersebut menunjukkan bahwa Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Penumpang. Dengan demikian, peningkatan kualitas fasilitas pada KA Airlangga rute Stasiun Pasar Senen Jakarta–Stasiun Pasar Turi Surabaya terbukti mampu meningkatkan Kepuasan Penumpang secara signifikan.
b. Variabel Kualitas Layanan memiliki koefisien regresi sebesar 0,126 dengan nilai signifikansi sebesar 0,093 ($p > 0,05$). Hasil ini menunjukkan bahwa Kualitas Layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Penumpang. Oleh karena itu, perubahan pada aspek Kualitas Layanan pada KA Airlangga rute Stasiun Pasar Senen Jakarta–Stasiun Pasar Turi Surabaya belum mampu memberikan peningkatan Kepuasan Penumpang yang signifikan.
c. Variabel Harga memiliki koefisien regresi sebesar 0,360 dengan nilai signifikansi kurang dari 0,001 ($p < 0,05$). Hasil ini mengindikasikan bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Penumpang. Dengan demikian, persepsi harga yang semakin baik pada KA Airlangga rute Stasiun Pasar Senen Jakarta–Stasiun Pasar Turi Surabaya dapat meningkatkan Kepuasan Penumpang secara nyata.

DOI: https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.9723
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

d. Variabel Pengalaman Digital melalui KAI *Access* memiliki koefisien regresi sebesar 0,198 dengan nilai signifikansi sebesar 0,003 ($p < 0,05$). Hasil tersebut menunjukkan bahwa Pengalaman Digital melalui KAI *Access* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Penumpang. Oleh karena itu, peningkatan kualitas pengalaman digital yang diperoleh penumpang melalui aplikasi KAI *Access* pada KA Airlangga rute Stasiun Pasar Senen Jakarta–Stasiun Pasar Turi Surabaya dapat meningkatkan Kepuasan Penumpang secara signifikan.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) merupakan ukuran statistik yang digunakan untuk menilai kemampuan model regresi dalam menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependen. Dalam penelitian ini, besarnya koefisien determinasi diukur melalui nilai Adjusted R-Square. Nilai *Adjusted R-Square* yang semakin tinggi menunjukkan bahwa proporsi variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independen dalam model semakin besar. Dengan demikian, tingginya nilai koefisien determinasi mengindikasikan bahwa model memiliki kemampuan yang baik dalam menjelaskan dan memprediksi perubahan pada variabel dependen.

Tabel 9. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,935[a]	,874	,868	1,173

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

b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan hasil pengujian koefisien determinasi (R^2) yang tercantum pada tabel *Model Summary*, diperoleh nilai *R Square* sebesar 0,874. Nilai tersebut menunjukkan bahwa sebesar 87,4% variasi pada variabel Kepuasan Penumpang (Y) dapat dijelaskan oleh variabel Fasilitas (X_1), Kualitas Layanan (X_2), Harga (X_3), dan Pengalaman Digital melalui KAI *Access* (X_4) yang digunakan dalam model penelitian ini. Sementara itu, sebesar 12,6% sisanya dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian yang tidak termasuk dalam variabel yang diteliti, namun berpotensi memengaruhi Kepuasan Penumpang.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model penelitian memiliki tingkat kemampuan penjelasan yang sangat baik, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai koefisien determinasi yang mendekati angka satu. Temuan ini mengindikasikan bahwa variabel Fasilitas, Kualitas Layanan, Harga, dan Pengalaman Digital melalui KAI *Access* secara simultan memberikan kontribusi yang besar dalam menjelaskan variasi Kepuasan Penumpang pada KA Airlangga rute Stasiun Pasar Senen Jakarta–Stasiun Pasar Turi Surabaya.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai pengaruh Fasilitas, Kualitas Layanan, Harga, dan Pengalaman Digital melalui KAI *Access* terhadap Kepuasan Penumpang KA Airlangga rute Stasiun Pasar Senen Jakarta–Stasiun Pasar Turi Surabaya, maka dapat dirumuskan beberapa kesimpulan sebagai berikut: Variabel Fasilitas terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Penumpang. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan kualitas fasilitas yang tersedia pada KA Airlangga dapat meningkatkan tingkat kepuasan penumpang. Semakin baik fasilitas yang diberikan, semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh penumpang dalam menggunakan layanan KA Airlangga. Variabel Kualitas Layanan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Penumpang. Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas layanan yang diberikan oleh KA Airlangga belum menjadi faktor dominan yang memengaruhi tingkat kepuasan penumpang pada rute Stasiun Pasar Senen Jakarta–Stasiun Pasar Turi Surabaya. Variabel Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Penumpang. Temuan tersebut menunjukkan bahwa kesesuaian harga yang dirasakan oleh penumpang berkontribusi terhadap peningkatan kepuasan. Dengan kata lain, semakin baik persepsi penumpang terhadap harga yang ditawarkan, semakin tinggi tingkat kepuasan yang diperoleh dari penggunaan layanan KA Airlangga. Variabel Pengalaman Digital melalui KAI *Access* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Penumpang. Hasil ini mengindikasikan bahwa kualitas pengalaman digital yang diberikan melalui aplikasi KAI *Access* berperan penting dalam meningkatkan kepuasan penumpang. Semakin optimal pengalaman pengguna dalam memanfaatkan layanan digital KAI *Access*, semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan oleh penumpang KA Airlangga.

DOI: https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.9723
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

Referensi

1. Angga et al. (2025). *Pengaruh E-Service Quality, E-Trust, dan E-Satisfaction Terhadap E-Loyalty Pengguna Aplikasi KAI Access di Daerah Istimewa Yogyakarta*. *2*(2), 509–523.
2. Apriyadi, D. (2017). Analisis Pengaruh Ketepatan Waktu , Fasilitas Dan Harga Tiket Terhadap Kepuasan Penumpang Kereta Api Di Stasiun Purwosari. *Magistra*, *29*(99), 71–83.
3. Arrasy et al. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pt.Kereta Api Indonesia Daerah Operasional Ix Jember. *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, *15*(2), 342–347. https://doi.org/10.19184/jpe.v15i2.22239
4. Dea, I. (2016). *ANALISIS PENGARUH KONDISI FASILITAS LAND SIDE TERHADAP KEPUASAN PENUMPANGMASKAPAI PENERBANGAN DI BANDAR UDARA INTERNASIONAL AHMAD YANI SEMARANG*. *3*(1), 36–49.
5. Hakim et al. (2022). *ANALISIS HARGA, FASILITAS, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KERETA API SANCAKA (STUDI KASUS PT. KERETA API INDONESIA DAOP 8 SURABAYA)*.
6. Harahap et al. (2026). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Penumpang di PT . Kereta Api Indonesia (Persero) Divre I Sumatera Utara*. *6*(1), 4054–4064.
7. Selinda et al. (2020). *PENGARUH KUALITAS LAYANAN, FASILITAS, DAN HARGA TIKET TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA JASA TRANSPORTASI KERETA API PROBOWANGI PADA PT. KAI (PERSERO) DAOP 9 JEMBER*. *08*(01).
8. Silvia et al. (2025). *PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN APLIKASI ACCESS BY KAI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KERETA API PARIAMAN EKSPRES*. *5*, 4919–4935.
9. Sinaga, J. (2023). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS DAN TARIF TERHADAP KEPUASAN PENUMPANG KERETA API EKSEKUTIF SENJA UTAMA RUTE YOGYAKARTA – JAKARTA*.
10. Sonia et al. (2026). *PENGARUH KETEPATAN WAKTU DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN APLIKASI ACCESS BY KAI TERHADAP KEPUASAN PENUMPANG KAI DI STASIUN RANCAEKEK*. *4*(1), 1138–1151.
11. Sulistyowati et al. (2016). *STUDI KEPUASAN PENUMPANG KERETA API KAMANDAKA JURUSAN SEMARANG-PURWOKERTO*.
12. Susanti, D. et al. (2017). Pengaruh Faktor Kepercayaan, Kualitas Layanan, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Kereta Api. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, *6*(5), 1–19.
13. Triantoro et al. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan PelangganPengguna Jasa Kereta Api Menoreh Kelas Ekonomi Studi Kasus Pada PT. Kereta Api Indonesia DAOP IV Semarang. *Diponegoro Journal Of Social And Political Of Science Tahun*, 1–10.
14. Wahyujatmiko et al. (2025). *PENGARUH KEMUDAHAN, KUALITAS INFORMASI, DESAIN WEB, KEAMANAN, DAN METODE PEMBAYARAN TERHADAP KEPUASAN PENUMPANG DALAM MEMBELI TIKET KERETA API BANDARA YOGYAKARTA INTERNATIONAL AIRPORT SECARA ONLINE*. *13*(1), 1–9.
15. Wiedyani et al. (2019). *PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PERSEPSI HARGA, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN PENUMPANG KERETA API ARGO MURIA JURUSAN SEMARANG TAWANG- JAKARTA GAMBIR*. 978–979.
16. Wulandari et al. (2025). *PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING, HARGA DAN KETEPATAN WAKTU TERHADAP KEPUASAN PENUMPANG KERETA EKONOMI NEW GENERATION DI SOLO BALAPAN*. *6*(2), 134–143.
17. Zustanto, E. (2022). *Pengaruh Pelayanan, Fasilitas, Harga Tiket Terhadap Kepuasan Penumpang Kereta Api Senja Utama Yogyakarta (Studi Pada Penumpang Kereta Api Kelas Eksekutif Jurusan Yogyakarta Jakarta PT. KAI Daop VI Yogyakarta)*. *1*(4).

DOI: https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.9723
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)