

**PENGARUH KUALITAS SISTEM, INFORMASI, PELAYANAN *RAIL TICKETING SYSTEM* (RTS) TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN
PT.KERETA API INDONESIA DAOP 6 YOGYAKARTA**

JURNAL PENELITIAN

Untuk Memenuhi Sebagai Prasyarat Mencapai Derajat Sarjana S1 Program Studi
Manajemen



Dosen Pembimbing :

ZULIAN YAMIT, Drs., M.Si

Disusun Oleh :

Nama : Ulyatut Ta'arufi
NIM : 14311488
Jurusan : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Operasional

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
T.A 2017/2018**

PENGARUH KUALITAS SISTEM, INFORMASI, PELAYANAN *RAIL TICKETING SYSTEM* (RTS) TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PT.KERETA API INDONESIA DAOP 6 YOGYAKARTA

¹ Ulyatut Ta'arufi, ² Zulian Yamit

¹Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia

Abstrak. Penelitian ini berjudul “Pengaruh Kualitas Sistem, Informasi, Pelayanan *Rail Ticketing System* (RTS) Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan PT. Kereta Api Indonesia DAOP 6 Yogyakarta”. Tujuan penelitian ini adalah Untuk menganalisis kualitas sistem terhadap kepuasan pelanggan *rail ticketing system* (RTS), menganalisis kualitas informasi terhadap kepuasan pelanggan *rail ticketing system* (RTS), menganalisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan *rail ticketing system* (RTS), menganalisis kualitas sistem terhadap loyalitas pelanggan *rail ticketing system* (RTS), menganalisis kualitas informasi terhadap loyalitas pelanggan *rail ticketing system* (RTS), menganalisis kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan *rail ticketing system* (RTS), menganalisis kepuasan pelanggan terhadap loyalitas *rail ticketing system* (RTS). Responden dari penelitian ini adalah 148 responden Mahasiswa/i aktif regional Yogyakarta. Penelitian ini akan menganalisis hubungan antara Kualitas Sistem terhadap Kepuasan, menganalisis hubungan antara Kualitas Informasi terhadap Kepuasan, menganalisis hubungan antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan, menganalisis hubungan antara Kepuasan terhadap Loyalitas. Alat yang digunakan digunakan dalam penelitian ini bahwa Kualitas Sistem berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan, Kualitas Informasi berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan, Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan, dan Kepuasan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas pelanggan.

Kata Kunci : Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, Kualitas Pelayanan, Kepuasan, dan Loyalitas.

A. PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Di era zaman sekarang kemajuan teknologi semakin meningkat terutama pada sektor jasa yang dikarenakan oleh faktor tuntutan dan perkembangan teknologi. Sehingga perusahaan memposisikan diri dengan seiringnya kemajuan teknologi sekarang agar mendapatkan informasi yang lebih baik, cepat dan handal dalam menyelesaikan masalah. Pergerakan Teknologi Informasi (TI) menunjukkan perkembangan yang sangat pesat. Perkembangan yang pada saat ini kita alami diantaranya teknologi elektronika, laju informasi, dan telekomunikasi (seperti: satelit, internet, dan alat komunikasi lainnya). Hal ini menyebabkan adanya lalulintas barang, jasa, informasi, sampai manusia antar negara, seakan-akan dunia pada saat ini tidak ada batasnya (*borderless world*) atau yang di ketahui dengan istilah globalisasi. Teknologi merupakan alat yang berguna untuk membantu individu dalam menyelesaikan pekerjaannya (Handayani, dalam Ratnaningsih, 2014).

Pekerjaan yang dikerjakan pada suatu perusahaan sangat membutuhkan sistem aplikasi yang dapat menyalurkan antara pekerja dengan teknologi yang ia gunakan untuk bekerja.

Peran penting transportasi tidak hanya melayani aktivitas pergerakan manusia dan juga barang akan tetapi untuk merangsang kegiatan yang baru dan yang tidak ada sebelumnya. Pelayanan jasa transportasi khususnya kereta api yang berperan penting sebagai pendorong dan sekaligus penunjang dari aktivitas perekonomian ini, maka dari itu transportasi dianggap sebagai urat nadi perekonomian nasional, apabila transportasi berhenti atau tersendak maka akan terjadi dampak stagnasi dalam aktivitas ekonomi masyarakat.

Pentingnya peranan transportasi yang membuat persaingan usaha dalam bidang ini semakin meningkat dan semakin ketat. Seperti perusahaan BUMN PT. Kereta Api Indonesia (persero) untuk mengurangi kelemahannya yaitu dengan menerapkan sistem informasi pemesanan tiket online yaitu tiket kereta api yang dipesan 90 hari sebelum tanggal keberangkatan dan dapat dipesan di stasiun-stasiun terdekat yang sudah ditentukan untuk semua rute dan tujuan.

Kualitas sistem merupakan karakteristik dari informasi yang melekat mengenai sistem itu sendiri yang mana kualitas sistem merujuk pada seberapa baik kemampuan perangkat keras, perangkat lunak, dan kebijakan prosedur dari sistem informasi yang dapat menyediakan informasi kebutuhan pemakai (Delone dan McLean, 1992). Tujuan diterapkan sistem baru tiket online atau yang disebut *Rail Ticketing System* (RTS) ini diharapkan semakin mempercepat pelayanan dan memudahkan pemakai jasa angkutan kereta api dalam mendapatkan tiket. Dari penelitian Istianingsih dan TAMI (2009), memberikan bukti empiris bahwa kualitas sistem informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna. Berdasarkan hasil pengujian tersebut, mereka menyimpulkan bahwa ternyata terdapat hubungan positif antara *system quality* dengan *user satisfaction*. Dari uraian diatas dapat diajukan hipotesa yakni kualitas sistem RTS berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pengguna.

2. Rumusan Masalah

Pada penelitian ini terdapat beberapa pokok permasalahan yang hendak diselesaikan sebagai berikut :

1. Pengaruh kualitas sistem terhadap kepuasan pelanggan *rail ticketing system* (RTS)?
2. Pengaruh kualitas informasi terhadap kepuasan pelanggan *rail ticketing system* (RTS)?
3. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan *rail ticketing system* (RTS)?
4. Pengaruh kualitas sistem terhadap loyalitas pelanggan *rail ticketing system* (RTS)?
5. Pengaruh kualitas informasi terhadap loyalitas pelanggan *rail ticketing system* (RTS)?
6. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan *rail ticketing system* (RTS)?
7. Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas *rail ticketing system* (RTS)?

3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah untuk mengidentifikasi pengaruh dari Kualitas Sistem, Informasi, Pelayanan PT. KAI terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan, serta mengidentifikasi pengaruh dari Kualitas Sistem yang dilakukan PT. KAI terhadap Kepuasan dan Loyalitas, mengidentifikasi pengaruh dari Kualitas Informasi yang dilakukan PT. KAI terhadap Kepuasan dan Loyalitas, mengidentifikasi pengaruh dari Kualitas Pelayanan yang dilakukan PT. KAI terhadap Kepuasan dan Loyalitas,

mengidentifikasi pengaruh dari Kepuasan yang dilakukan PT. KAI terhadap Loyalitas pelanggan,

4. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini penulis membatasi masalah yang diteliti agar penelitian yang dilakukan tidak terlalu luas dan lebih fokus, penelitian ini dilakukan pada satu aplikasi sistem yaitu *Rail Ticketing System* (RTS). Responden penelitian adalah Mahasiswa/i Regional Yogyakarta yang menggunakan aplikasi *Rail Ticketing System* (RTS). Penelitian ini dalam melakukan pengambilan data dilakukan dalam batasan waktu seminggu

5. Metode Penelitian

Metode penelitian menurut Supriati (2012:5). Metode penelitian adalah tatacara bagaimana suatu penelitian dilaksanakan. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif sebagai bentuk dalam penelitian yang berdasarkan data yang dikumpulkan selama penelitian secara sistematis mengenai fakta dan sifat dari objek yang diteliti dengan menggabungkan hubungan antar variabel yang terlibat didalamnya, kemudian diinterpretasikan berdasarkan teori dan literatur yang berhubungan. Sehingga akan menjelaskan rangkaian penelitian yang akan dilakukan untuk membuktikan atau menolak hipotesis pada bagian sebelumnya agar dapat membuktikan atau menolak hipotesis penelitian yang memerlukan data-data yang akan dijadikan sampel penelitian. Metode penelitian yang digunakan oleh penulis dalam penelitian menggunakan kuisioner yang dimana respondennya adalah pengguna dari aplikasi *Rail Ticketing System* (RTS). Diperlukan juga alat ukur yang digunakan untuk mengidentifikasi dan mengukur semua variabel baik variabel dependen, independen. Dalam metode ini akan dijelaskan juga menggunakan alat analisis apa yang nantinya dipakai untuk menganalisis sampel penelitian.

B. KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

1. Kajian Pustaka

Hasil penelitian merupakan pembahasan dari penelitian terdahulu yang sudah ada dan relevan dengan penelitian yang dilakukan pada saat ini. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Septianita Winda, Winarno Agus Wahyu, dan Alfi Arif (2014) yang berjudul *Effect System Quality, Information Quality, Service Quality of Rail Ticketing System (RTS) to User Satisfaction*.

Dalam rangka pencapaian tujuan perusahaan dan meningkatkan pelayanan kepada pelanggan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) berusaha memberikan akses pelayanan diantaranya kemudahan untuk mendapatkan tiket kereta api dengan dukungan teknologi sistem informasi ticketing online. PT. Kereta Api Indonesia (Persero) itu sendiri merupakan salah satu perusahaan BUMN (Badan Usaha Milik Negara) yang bergerak di bidang jasa transportasi perkeretaapian, khususnya jasa angkut penumpang dan barang. Pada bulan November 2011, PT. Kereta Api Indonesia (Persero) meluncurkan sistem informasi ticketing yang bernama Rail Ticketing System yaitu aplikasi pembelian tiket yang dikonseptkan elektronik secara sistemik. Namun dengan diterapkannya Rail Ticketing

System (RTS), sistem jaringan transportasi darat khususnya Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 6 Yogyakarta pembelian tiket kereta api masih ada kelemahan dalam mendapatkan tiket tersebut yaitu pembacaan database *record* kereta api tidak sama dengan pembacaan komputer, kasus tersebut dapat diketahui ketika selesai mencetak yaitu terdapat perbedaan dan akhirnya terjadi keberontakan tempat duduk penumpang yang satu dengan penumpang yang lainnya. Tujuan diterapkan sistem baru tiket online atau yang disebut *Rail Ticketing System* ini diharapkan semakin mempercepat pelayanan dan memudahkan pemakai jasa angkutan kereta api dalam mendapatkan tiket. Sampel dan populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengguna (pelanggan) yang melakukan pembelian tiket melalui sistem online atau *Rail Ticketing System* (RTS) di PT. KERETA API INDONESIA (KAI) (PERSERO) DAOP 6 YOGYAKARTA. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Jumlah sampel dalam penelitian ini yang memenuhi kriteria adalah 80 responden. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis linier berganda. Dalam penelitian menggunakan Uji F untuk menguji kelayakan model Uji T dipakai untuk mengetahui signifikan dari variabel independen secara persial terhadap variabel dependen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas sistem berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pelanggan, variabel kualitas informasi berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pelanggan, dan variabel kualitas pelayan berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pengguna, dan variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pelanggan.

2. Landasan Teori

I. Kualitas Sistem

Kualitas sistem dapat diukur dengan melihat bagian fungsionalnya yaitu *usability*. *Usability* adalah bagian dari prinsip interaksi antara *human computer* yang menyediakan suatu kumpulan petunjuk penting tentang desain pembelajaran. Nielsen (2000) berpendapat bahwa *usability* terdiri atas empat prinsip dalam kegiatan online yaitu: *navigation*, *timelines*, *credibility*, dan *content*. Palmer (2002) berpendapat bahwa beberapa unsur penting dalam penggunaan *website* adalah konsistensi (*concistency*), kemudahan penggunaan (*easy of use*), kejelasan dalam berinteraksi (*clarity of interaction*), kemudahan dalam membaca (*easy to reading*), pengaturan informasi (*information arrangement*), kecepatan (*speed*), dan *lay out/rancangan website*. Dengan demikian tingkat penggunaan sistem *e-learning* lebih baik sehingga pelajar dapat lebih termotivasi untuk menggunakan sistem *e-learning*.

II. Kualitas Informasi

Kualitas informasi berkaitan dengan *system use*, *user satisfaction*, dan *net benefits* (DeLone dan McLean 1992, 2003). Kualitas informasi mempunyai atribut-atribut seperti informasi yang diperoleh dari sebuah sistem, keakuratan informasi, relevansi informasi, ketepatan waktu, dan kelengkapan informasi. Kualitas Informasi sering merupakan dimensi kunci menyangkut instrumen kepuasan pengguna akhir (Ives et al., 1983; Baroudi dan Orlikowski, 1988; Doll et al., 1994). Akibatnya kualitas informasi seringkali tidak dibedakan sebagai konstruksi unik tetapi diukur sebagai komponen dari kepuasan pengguna. Oleh karena itu ukuran dimensi ini merupakan masalah bagi studi keberhasilan SI DeLone dan McLean (1992) dan model Seddon (1997) menunjukkan

bahwa kualitas sistem dan kualitas informasi berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pengguna sistem informasi. Kualitas Informasi yang dimaksudkan dalam penelitian ini merupakan persepsi pemakai mengenai kualitas informasi yang dihasilkan oleh *internet* yang digunakan oleh pengguna layanan RTS “*Rail Ticketing System*” guna mendapatkan informasi yang dibutuhkan.

Beberapa karakteristik yang digunakan untuk menilai kualitas informasi antara lain adalah *accuracy*, *timeliness*, *relevance*, *informativeness*, dan *competitiveness* (Weber, 1999). Kualitas informasi adalah tingkat relevan (*relevant*), ketepatan waktu (*timely*), aman dan disajikan dengan rancangan informasi yang baik dalam sebuah *website* (Liu dan Arnett, 2000). Kualitas informasi terbaik dapat diberikan oleh *internet* ketika bisa didapatkan dengan mudah (tidak susah dalam pencariaannya), terorganisasi (teratur), dan tersedia dalam jumlah yang banyak (Istianingsih dan Wijanto, 2008). Kualitas informasi juga dapat dilihat dengan adanya potensi menghasilkan informasi yang tidak terbatas baik dalam organisasi maupun luar organisasi (Barnes dan Vidgen, 2003). Menurut Li et al., (2002), informasi yang berkualitas adalah informasi yang akurat, jelas, detil, relevan, mudah didapatkan, tepat waktu, *up to date*, dan sesuai dengan kebutuhan pengguna. Liu dan Arnett (2000) menyatakan bahwa informasi dengan kualitas terbaik akan meningkatkan kegunaan persepsi pengguna dan meningkatkan pengguna sistem informasi. Lin dan Lu (2000) juga menambahkan bahwa penerimaan atau penolakan pengguna atas sebuah sistem disebabkan oleh kualitas yang diberikan oleh sebuah sistem.

III. Kualitas Pelayanan

Zeithaml et al., (1990) merumuskan sebuah model yang menggarisbawahi ketentuan penting yang perlu dipatuhi oleh pemberi jasa dalam meningkatkan mutu jasa (*service quality*). Devaraj et al., (2002) memandang SERQUAL terdiri atas empat dimensi, yaitu: *price*, *time*, *ease of use*, dan *usefulness*.

Kualitas layanan (*service quality*) yang dikemukakan oleh (parasuraman, 1988), bahwa didasarkan pada perbandingan antara apa yang seharusnya ditawarkan (*offered*) dan apa yang *disediakan* (*provided*). Perusahaan-perusahaan yang memiliki tingkat kualitas layanan tinggi secara khusus mengembangkan dua sistem informasi yang sangat penting untuk meningkatkan kemampuan *service*. Pertama sistem informasi yang mengumpulkan informasi kinerja *service* untuk keperluan manajemen dan motivasi karyawan. Kedua, sistem informasi yang menyebarkan informasi yang dinilai (*valued*) berguna oleh para pelanggan.

Menurut DeLone dan McLean (2003) kualitas pelayanan menjadi lebih penting dibandingkan penerapan lainnya, karena pemakai-pemakai sistem sekarang adalah lebih sebagai para pelanggan dan bukannya para karyawan atau pemakai internal organisasi. Oleh karena dukungan yang jelek akan menyebabkan kehilangan pelanggan dan bahkan kehilangan penjualan.

Kualitas pelayanan menggambarkan sejauh mana pelayanan mampu memenuhi kebutuhan masyarakat. Setyaningrum (2009:13) mengungkapkan definisi konvensional dari kualitas biasanya menggambarkan karakteristik suatu produk seperti kinerja (*performance*), keandalan (*reability*), mudah dalam penggunaan (*easy of use*), estetika (*esthetics*), dan sebagainya. Jika semuanya karakteristik produk baik maka produk

tersebut dikatakan mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan terhadap pengguna layanan (*meeting the needs of customers*).

IV. Loyalitas

Sebagian kegiatan yang dilakukan perilaku konsumen yang selalu berubah setiap saat sesuai dengan pengaruh lingkungan sosial sekitar. Akan tetapi yang diharapkan dari perilaku setiap konsumen akan tetap ada untuk perusahaan adalah loyalitas. Loyalitas yaitu dimana pelanggan terus menerus melakukan pembelian secara berkala. Loyalitas dapat diartikan sebagai kesetiaan pelanggan terhadap suatu produk.

Loyalitas menurut Griffin (2010:4), adalah seorang konsumen dikatakan setia atau loyal apabila konsumen menunjukkan perilaku pembelian secara teratur atau terdapat suatu kondisi dimana mewajibkan konsumen membeli paling sedikit dua kali dalam selang waktu tertentu.

Fandy Tjiptono (2000 ; 111), mengemukakan bahwa : “ loyalitas adalah situasi dimana konsumen bersifat positif terhadap produk atau produsen (penyedia jasa) dan disertai pola pembelian berulang yang konsisten”.

Menurut Herman (2003:126), (Dalam Hurriyati, 2010, hal. 126) loyalitas yaitu menifestasi dari kebutuhan fundamental manusia yang bertujuan untuk memiliki, men support, dan mendapatkan rasa aman dan membangun keterikatan dan menciptakan *emotional attachmen*. Sedangkan loyalitas dalam *the oxford English dictionary* adalah: “*a strong feeling of support and allegiance; aperson showing firm and costant support*”. Bahwasannya dari pengertian diatas terdapat kata *strong feeling*, yang artinya tingkat kedalaman perasaan manusia terhadap suatu hal, yang bisa jadi keluarga, organisasi, teman, atau pada merk, dari perasaan inilah yang dijadikan sebagai unsur utama dan kedekatan serta loyalitas pelanggan.

V. Kepuasan

Kepuasan pelanggan merupakan faktor terpenting dalam berbagai kegiatan bisnis. Kepuasan pelanggan adalah tanggapan konsumen terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan yang sebelumnya dengan kinerja produk yang dirasakan.

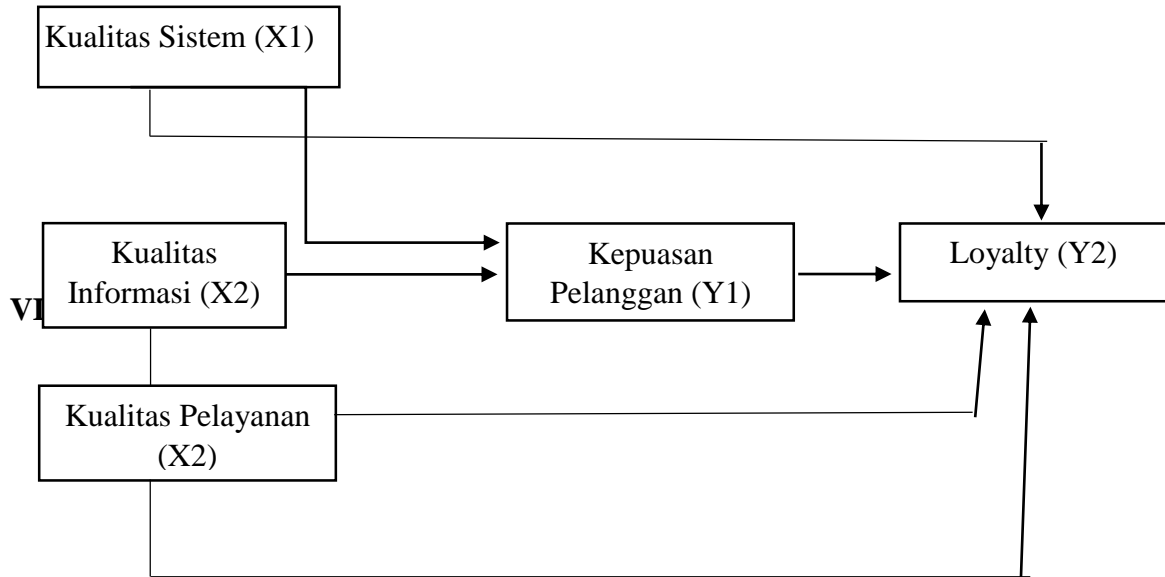
Doll dan Torkzadeh (1988) dalam Ahmar dan Paramon (2005) mendefinisikan *End User Computing Satisfaction* (EUCS) adalah metode untuk mengukur tingkat kepuasan dari pengguna suatu sistem informasi. Definisi *End User Computing Satisfaction* dari sebuah sistem informasi adalah evaluasi secara keseluruhan dari para pengguna sistem informasi yang berdasarkan pengalaman pengguna dalam menggunakan sistem tersebut.

Menurut Willie (dalam Tjiptono, 1997:24) mendefinisikan bahwa kepuasan pelanggan sebagai suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa. Sebagai tanggapan dari pengalaman yang dirasakan oleh pelanggan setelah mengkonsumsi suatu produk atau jasa.

Sedangkan menurut Gerso Ricard (Dalam Sudarsito 2004:3) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan bahwa harapannya telah terpenuhi atau terlampaui. Kepuasan pelanggan merupakan anggapan pelanggan bahwa dengan menggunakan suatu produk perusahaan tertentu dan harapannya telah terpenuhi.

VI. Kerangka Pikir

Faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja RTS (*Rail Ticketing System*) PT. KAI DAOP 6 YOGYAKARTA yang akan dikemukakan pada penelitian ini sesuai penelitian terdahulu dengan modifikasi sehingga sesuai dengan penelitian yang dilakukan. Kerangka pikir dalam penelitian ini digambarkan dalam kerangka pikir sebagai berikut:



Gambar 1. Model Konseptual Penelitian

VII. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka pikir diatas, bahwa penelitian ini memiliki beberapa hipotesis atau dugaan sementara yang akan di uji dan di teliti, sebagai berikut :

- H1 : Kualitas Sistem memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan sistem aplikasi *Rail Ticketing System (RTS)*.
- H2 : Kualitas Informasi memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan sistem aplikasi *Rail Ticketing System (RTS)*.
- H3 : Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan sistem aplikasi *Rail Ticketing System (RTS)*.
- H4 : Kepuasan Pelanggan memiliki pengaruh terhadap loyalty pelanggan dalam menggunakan sistem aplikasi *Rail Ticketing System (RTS)*.
- H5 : Kualitas Sistem memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan dalam menggunakan sistem aplikasi *Rail Ticketing System (RTS)*
- H6 : Kualitas Informasi memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan dalam menggunakan sistem aplikasi *Rail Ticketing System (RTS)*
- H7 : Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan dalam menggunakan sistem aplikasi *Rail Ticketing System (RTS)*

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Deskripsi Responden

Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa/i aktif regional Yogyakarta yang menggunakan aplikasi *Rail Ticketing System* (RTS). Responden yang didapat dari hasil penelitian sebanyak 148 responden, dimana berjenis laki-laki sebanyak 54 dan perempuan sebanyak 94 responden. Rata-rata usia responden 21-35 tahun.

2. Hasil Uji Validitas

Pengujian validitas dilakukan dengan metode analisis korelasi dengan bantuan aplikasi SPSS ver. 22.0. apabila diperoleh nilai r hitung lebih besar dari r tabel maka hal itu menunjukkan bahwa item tersebut valid. Berikut adalah hasil uji validitas secara lengkap :

Tabel 2. Uji Validitas

NO	Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
1	Kualitas Sistem			
	Indikator 1	0,875	0,162	Valid
	Indikator 2	0,751	0,162	Valid
	Indikator 3	0,807	0,162	Valid
	Indikator 4	0,803	0,162	Valid
	Indikator 5	0,769	0,162	Valid
	Indikator 6	0,831	0,162	Valid
2	Kualitas Informasi			
	Indikator 1	0,863	0,162	Valid
	Indikator 2	0,759	0,162	Valid
	Indikator 3	0,887	0,162	Valid
	Indikator 4	0,880	0,162	Valid

	Indikator 5	0,708	0,162	Valid
	Indikator 6	0,854	0,162	Valid
3	Kualitas Pelayanan			
	Indikator 1	0,800	0,162	Valid
	Indikator 2	0,790	0,162	Valid
	Indikator 3	0,835	0,162	Valid
	Indikator 4	0,829	0,162	Valid
	Indikator 5	0,821	0,162	Valid
	Indikator 6	0,812	0,162	Valid
	Indikator 7	0,825	0,162	Valid
	Indikator 8	0,813	0,162	Valid

4	Kepuasan			
	Indikator 1	0,856	0,162	Valid
	Indikator 2	0,886	0,162	Valid
	Indikator 3	0,886	0,162	Valid
	Indikator 4	0,871	0,162	Valid
	Indikator 5	0,881	0,162	Valid
	Indikator 6	0,802	0,162	Valid
5	Loyalitas			
	Indikator 1	0,861	0,162	Valid
	Indikator 2	0,844	0,162	Valid
	Indikator 3	0,893	0,162	Valid

	Indikator 4	0,880	0,162	Valid
	Indikator 5	0,830	0,162	Valid
	Indikator 6	0,818	0,162	Valid

Data hasil pengujian validitas yang ditunjukkan oleh tabel diatas. Membuktikan bahwa semua indikator yang digunakan dalam mengukur variabel-variabel dalam penelitian ini memiliki nilai korelasi $>0,162$. Maka dapat disimpulkan bahwa semua indikator dalam penelitian ini adalah valid.

3. Hasil Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha* dalam aplikasi SPSS. 22.0 Berikut ini adalah hasil pengujian reliabilitas setaip variabel :

Tabel 3. Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha	Keterangan
Kualitas Sistem	0.891	Valid
Kualitas Informasi	0.891	Valid
Kualitas Pelayanan	0.928	Valid
Kepuasan	0.931	Valid
Loyalitas	0.926	Valid

Dari hasil pengujian reliabilitas yang ditunjukkan pada tabel 3. Membuktikan bahwa semua variabel dalam penelitian ini memiliki nilai koefisien Alpha >0.7 , sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel.

4. Pembahasan

Secara garis besar penelitan ini memiliki hasil yang cukup memuaskan, karena dapat dilihat dari hasil indeks tanggapan responden, sehingga peneliti dapat mengetahui tingginya persepsi kesetujuan responden terhadap variabel dalam penelitian ini. Hal itu dapat mencerminkan bahwa semakin berkembangnya tehnologi perusahaan seperti salah satunya PT. KAI (Persero) tentunya pada aplikasi *Rail Ticketing System* (RTS) mau tidak mau harus meningkatkan tingkat pelayanan yang selayaknya harus diberikan kepada pelanggan PT.KAI (Persero). Seperti memudahkan pelanggan dalam proses pemesanan tiket, kemudahan dalam mengoperasikan *Rail Ticketing System* (RTS), dan informasi yang disediakan kepada pelanggan PT.KAI (Persero) tentunya pada aplikasi *Rail Ticketing System* (RTS) yang akurat, terpercaya, dan tepat waktu. Terbukti dengan indeks tanggapan responden untuk setiap variabel Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, Kualitas Pelayanan, Kepuasan dan Loyalitas yang menunjukkan nilai yang valid dan signifikan.

Selain melihat dari indeks tanggapan responden, hasil yang sama juga peneliti dapatkan dari pengujian hipotesis yang dimana nilai memuaskan. Setelah melalui uji validitas dan reliabilitas data yang dinyatakan semua data pada variabel Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, Kualitas Pelayanan, Kepuasan dan Loyalitas yang memiliki hasil yang valid dan reliabel. Setelah itu peneliti menguji statistik deskriptif dari pertanyaan setiap variabel yang terdiri dari 32 butir pertanyaan yang rata-rata paling banyak memilih setuju.

Selain melihat indeks ujivaliditas dan reliabilitas dan juga statistik deskriptif, peneliti menguji hasil uji asumsi klasik yang dimana dari hasil uji normalitas data, uji multikolonieriras, uji heteroskedastisitas yang hasilnya valid dan signifikan dari setiap variabel. Setelah itu peneliti melakukan uji T dan uji F yang hasilnya positif dan valid, sehingga anantara variabel Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, Kualitas Pelayanan, Kepuasan dan Loyalitas yang dimana satu sama lain berhubungan positif. Setelah itu peneliti menganalisa uji regresi linear berganda, data yang didapat dari tiap variabel Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, Kualitas Pelayanan, Kepuasan dan Loyalitas dianggap konstan dan mengalami kenaikan.

D. KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Berdasarkan data yang didapatkan dan pengujian yang telah dilakukan bahwa terdapat permasalahan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut ::

1. Ada pengaruh positif dan signifikan Kualitas Sistem terhadap Kepuasan, apabila kualitas sistem meningkat maka pelanggan akan puas.
2. Ada pengaruh positif dan signifikan Kualitas Informasi terhadap Kepuasan, apabila kualitas Informasi meningkat maka pelanggan akan puas.
3. Ada pengaruh positif dan signifikan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan, apabila kualitas Pelayanan meningkat maka pelanggan akan puas.
4. Ada pengaruh positif dan signifikan Kualitas Sistem terhadap Loyalitas, apabila kualitas sistem meningkat maka pelanggan akan Loyal.
5. Ada pengaruh positif dan signifikan Kualitas Informasi terhadap Loyalitas, apabila kualitas Informasi meningkat maka pelanggan akan Loyal.
6. Ada pengaruh positif dan signifikan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas, apabila kualitas Pelayanan meningkat maka pelanggan akan Loyal.
7. Ada pengaruh positif dan signifikan Kepuasan terhadap Loyalitas, apabila pelanggan puas maka pelanggan akan Loyal.

2. Saran

Dari hasil penelitian yang sudah diketahui maka peneliti memberikan saran kepada perusahaan PT.KAI (Persero) DAOP 6 YOGYAKARTA sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil data penelitian Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, Pelayanan, dan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan. Hal tersebut dijelaskan dalam penelitian dengan cara menyebarkan kuesioner secara langsung yang dilakukan melalui *Google Form* kepada Mahasiswa yang menuntut studi perkuliahan di regional Yogyakarta yang menggunakan aplikasi *Rail Ticketing System (RTS)*. Dari hasil kuesioner tersebut perusahaan harus mempertahankan bahkan meningkatkan Kualitas

Sistem seperti kemudahan dalam mengoperasikan aplikasi *Rail Ticketing System* (RTS), memperhatikan kualitas dalam aplikasi *Rail Ticketing System* (RTS), . Selanjutnya perusahaan harus mempertahankan dan harus meningkatkan Kualitas Informasi yang meliputi dalam penyediaan informasi harus akurat, lengkap, relevan, tepat pada waktunya dan bermanfaat menurut pengguna aplikasi *Rail Ticketing System* (RTS). Kemudian perusahaan harus mempertahankan bahkan meningkatkan dalam hal Pelayanan yang meliputi pelayanan yang diberikan itu relevan, karyawan harus melakukan pelayanan yang ikhlas, akurat, sopan, tidak memandang status dan sesuai dengan keinginan pelanggan, dan kesesuaian tempat duduk. sehingga menumbuhkan nilai yang dirasakan dalam benak pelanggan dan memberikan dampak yang bermanfaat dan memberikan kemudahan buat para pelanggan yang ingin melakukan perjalanan jauh.

2. Berdasarkan hasil data penelitian Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, Pelayanan, dan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan. Hal tersebut dijelaskan dalam penelitian dengan cara menyebarkan kuesioner secara langsung yang dilakukan melalui *Google Form* kepada Mahasiswa yang menuntut studi perkuliahan di regional Yogyakarta yang menggunakan aplikasi *Rail Ticketing System* (RTS). Dari hasil kuesioner tersebut perusahaan harus mempertahankan bahkan meningkatkan Kualitas Sistem seperti kemudahan dalam mengoperasikan aplikasi *Rail Ticketing System* (RTS), memperhatikan kualitas dalam aplikasi *Rail Ticketing System* (RTS), . Selanjutnya perusahaan harus mempertahankan dan harus meningkatkan Kualitas Informasi yang meliputi dalam penyediaan informasi harus akurat, lengkap, relevan, tepat pada waktunya dan bermanfaat menurut pengguna aplikasi *Rail Ticketing System* (RTS). Kemudian perusahaan harus mempertahankan bahkan meningkatkan dalam hal Pelayanan yang meliputi pelayanan yang diberikan itu relevan, karyawan harus melakukan pelayanan yang ikhlas, akurat, sopan, tidak memandang status dan sesuai dengan keinginan pelanggan, dan kesesuaian tempat duduk. Sehingga menumbuhkan rasa setia dan ingin selalu menggunakan perusahaan jasa PT.KAI (Persero) secara berulang kali dan merekomendasikan kepada orang lain supaya orang lain juga tertarik untuk menggunakan aplikasi *Rail Ticketing System* (RTS).
3. Keterbatasan Penelitian
penulis dalam melakukan penelitian memiliki keterbatasan sebagai berikut :
 1. Responden penelitian adalah mahasiswa yang berstudi di regional Yogyakarta yang menggunakan aplikasi *Rail Ticketing System* (RTS) akan tetapi banyak pegawai, dosen, wiraswasta, diluar sana yang menggunakan aplikasi *Rail Ticketing System* (RTS).

DAFTAR PUSTAKA

- Adapa, S., & Venu, G. (2013) *Service Quality in e-Commerce and Strategic Advantage : An Empirical Assessment*. IUP Journal of Strategi Bisnis, Vol. X, No.2, 2013.
- Arafat, S . R, et al. (2015). Perancang Service Operation Pada Layanan Angkutan Penumpang PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Menggunakan *Framework* ITIL Versi 3. Bandung. e- Proceeding of Engineering : Vol.2,No.2 Agustus 2015, Page : 3268.
- Arikunto, Suharsimi, 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta. PT. Rineka Cipta.
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Annual Hawaii International Conference on System Sciences. Washington : Proquest Company. _____ . 2003. The DeLone and McLean Model of Information Systems Success : A Ten-Year Update. *Journal of Management Information Systems*. Vol. 19 No. 4 (Spring). Washington : Proquest Company.
- Barnes, S.J. and Vidgen, R.T. (2003). Measuring Web Site Quality Improvements: A Case Study of The Forum On Strategic Management Knowledge Exchange. *Industrial Management And Data Systems*, 297-309.
- Cheung, C.M.K, and Lee, M.O.K. 2005. Research Framework for Consumer Satisfaction with Internet Shopping. *Sprints: Working Papers on Information Systems*, 5(26). <http://sprout.aisnet.org/5-26..>
- DeLone, W. H dan E. R. McLean. 1992. Information System Success: The Quest for the Dependent Variable. *Information System Research*. Vol. 3 No. 1 (Maret). Washington : Proquest Company. _____ .2002. Information Systems Success Revisited. *Proceeding of The 35th*
- DeLone, W.H., and McLean E.R, (1992). —Information System Success: The Quest for the Dependent Variable. *Information System Research*, March, 60-95. ----- . (2003). “The Delone and Mclean Model of Information Systems Success: A Ten-Year Update, *Journal of Management Information Systems*, vol. 19, no. 4, 9–30.
- Devaraj S, Fan M, and Kohli R (2002). Antecedents of B2C Channel Satisfaction and Preference: Validating E-Commerce Metrics. *Information Systems Research* 13(3), 316–333.
- Dick, Alan S. and Kunal Basu. 1994. “Customer Loyalty: Toward an Integrated Conceptual Framework”. *Journal of Academy of Marketing Science* . 22(Spring). 99-113.
- Djaali. 2008. *Psikologi Pendidikan*. CV Pendoman Ilmu Jaya: Jakarta
- Dwiyanto, Agus (ed.). 2006. *Mewujudkan Good Governance melalui Pelayanan Publik*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press
- Fandi Tjiptono. (1997). *Strategi Pemasaran*. Edisi kedua. Andi: Yogyakarta.
- Fandy, Tjiptono, 2000. *Manajemen Jasa*, Edisi Kedua. Andy offset, Yogyakarta

- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra. 2005. *Service Quality Satisfaction*. Yogyakarta : Penerbit Andi
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Indoprint.
- Fitriana, N.D.(2014). *Inovasi Pelayanan Publik BUMN (Studi Deskriptif tentang Inovasi Boarding Pass System dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Kereta Api PT.KAI di Stasiun Gubeng Surabaya)*. Vol 2, Nomor 1, Januari 2014.
- Gerson, Richard. F. 2004. *Mengukur Kepuasan Pelanggan, PPM*, Jakarta.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi Ketujuh. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro : Semarang
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro : Semarang.
- Ghozali, I. (2014). *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS 22.0*. Semarang: Undip.
- Ghozali, Imam. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20* . Semarang: Badan Penerbit – Universitas Diponegoro
- Ghozali, I. (2014). *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS 22.0* semarang: Undip
- Griffin, Jill. 2010. "Customer Loyalty Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan". Jakarta : Erlangga.
- Gujarati, Damodar, 2003, *Ekonometri Dasar*. Terjemahan: Sumarno Zain, Jakarta: Erlangga.
- Harjanti, M. 2003. *Hubungan antara Motif Berafiliasi dengan Kecenderungan GayaHidup Hedonis pada Remaja*. Skripsi.(Tidak Diterbitkan). Yogyakarta: Fakultas Psikologi UGM.
- Hartono, Jogiyanto, 2007. *Model Kesuksesan Sistem Teknologi Informasi*. Yogyakarta: Andi.
- Iskandar. 2008. *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial (Kuantitatif dan Kualitatif)*. Jakarta: Gaung Persada Group
- Istianingsih, dan S.H. Wijayanto. 2008. *Pengaruh Kualitas Sistem Informasi, Perceived Usefulness, dan Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Pengguna Akhir Software Akuntansi*. Pontianak: Simposium Nasional Akuntansi XI, Hal: 1-51.
- Ives B, Olson M and Baroudi JJ (1983). *The Measurement of User Information Satisfaction*. *Communications of the ACM* 26(10), 785–793

- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran, Jilid 1 dan 2*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13* Jakarta: Erlangga.
- Liu C and Arnett KP (2000). Exploring The Factors Associated With Web Site Success In The Context Of Electronic Commerce. *Information and Management* 38(1), 23–33.
- Li, Y., K. Tan and M. Xie,. (2002). “Measuring Web-based Service Quality”, *Total Quality Management*, Vol. 13, No. 5:685-700.
- Liu C and Arnett KP (2000). Exploring The Factors Associated With Web Site Success In The Context Of Electronic Commerce. *Information and Management* 38(1), 23–33.
- Margono. 2004. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- McKiney, V., Yoon, K., and Zahedi, Fatemeh, (2002). “The Measurement of WebCustomer Satisfaction: An Expectation and Disconfirmation Approach”, *Information System Research*, 13,3
- Nielsen J. (2000). *Designing Web Usability*. Indiana USA: New Riders.
- Oliver, Richard L., 1999, “Whence Consumer Loyalty”, *Journal of Marketing*., Volume 63 Special Issue, pp. 33-44.
- Palmer, J. W. (2002). Web Site Usability, Design, and Performance Metrics. *Information Systems Research*, 13(2), 151-167.
- Pawirosumarto, Suharno.(2016). Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengguna Sistem e-Learning. Jakarta. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, Volume VI, No.3, Oktober 2016.
- Prasojo, H.L.(2015). Pengaruh Kualitas Informasi, Kualitas Sistem, dan Kualitas Layanan Aplikasi Rail Ticket System (RTS) Terhadap Kepuasan Pengguna Sistem (Studi Kasus Pada PT.Kereta Api Indonesia (Persero) DAOP 2 Bandung). *e-Proceeding of Management* : Vol.2, No.1 April 2015, Page 555
- Pratiwi, H.D. (2012). *Pengaruh Reputasi Perusahaan dan Kualitas Website Terhadap Tingkat Kepercayaan Konsumen Dalam Bertransaksi Secara Online* (Studi pada Konsumen Ongisnadestore. com). Di petik Oktober 3, 2017 dari www.academia.edu/3844914.
- Riduan, dan Kuncoro, E.A. 2007. *Cara Menggunakan Dan memakai analisis Jalur (Path Analysis)*. Penerbit Alfabeta, Bandung
- Rudini, Ahmad, 2015. Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi dan Kualitas Pelayanan SIA Terhadap Kepuasan Mahasiswa. *Sampit : Jurnal Terapan Manajemen dan Bisnis* (1/1) 2015/39
- Setyaningrum, Erna. 2009. *Inovasi Pelayanan Publik*. Surabaya : Medika Aksara Globalind

- Seddon.P.B. (1997). "A Respecification and Extension of The DeLone and McLean's Model of IS Success", *Information System Research*.8.September. 240-250.
- Sumadi Suryabrata. 2013. *Metodologi Penelitian*. Cetakan ke 24.Jakarta : Raja Grafindo.
- Supardi. (2005). *Metodologi Penelitian Ekonomi & Bisnis*. Yogyakarta: UII Press
- Supriyati.2012, *Sistem Informasi Manajemen*,Bandung: LABKAT PRESS UNIKOM.
- Susanto, A.B. 2001. *Potret-Potret Gaya Hidup Metropolitan*. Jakarta: Kompas.
- Tjiptono, Fandy. 2000. *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: Andi Yogyakarta.
- Utomo, Priyanto Doyo, 2006, *Analisis Terhadap Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Pada Operator Telepon Seluler*. Thesis: Universitas Gadjah Mada.
- Wisnalmawati. 2005. Pengaruh Persepsi Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Niat pembelian Ulang. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, No. 3 Jilid 10 2005, h. 153-165.
- Winda, et.al. (2014). Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi dan Kualitas Pelayanan. *Jember. e-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, Vol 1 (1) : 53-56
- Webber, Ron, (1999). *Information System Control and Audit*, First Edition, Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Yang, Hao-erl. 2007. Assesing The Effects of e-Quality and eSatisfaction on Website Loyalty. *International Journal of mathematics and Computer in Simulation*, Issue 3, Vol. 1.
- Zeithaml Valarie A, Parasuraman A and Arvind Malhotra (2002), "*Service Quality Delivery Through Web Sites: A Critical Review of Extant Knowledge*", *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 30, No. 4, pp. 362-375.
- Zeithaml Valarie A (1988), "*Consumer Perceptions of Price, Quality and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence*", *Journal of Marketing*, Vol. 52, July, pp. 2-22.
- Zeithaml, V.A., Parasuraman, A. and Berry, L.L. (1990). *Delivering quality service; Balancing customer perceptions and expectations* , The Free Press, New York, NY.