

Analisis Kualitas Layanan Aplikasi KAI Access Terhadap Kepuasan Pelanggan Penumpang Kereta Api Lokal Walahar

Fadhiel Himam Sawabiq ^{1*}, Raras Kusumaningrum ², Luluatu Nayiroh ³

^{1, 2, 3} Universitas Singaperbangsa Karawang, Indonesia

* fadhielhimam282@gmail.com

Abstract

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji persepsi pengguna terhadap layanan yang disediakan oleh aplikasi KAI Access, dengan fokus utama pada evaluasi kualitas layanan berbasis lima dimensi SERVQUAL, yaitu Bukti Fisik (Tangibles), Keandalan (Reliability), Daya Tanggap (Responsiveness), Jaminan (Assurance), dan Empati (Empathy). Aplikasi KAI Access merupakan inovasi digital dari PT Kereta Api Indonesia yang sejak peluncurannya pada 14 September 2014 telah mengalami berbagai pengembangan, dari pemesanan tiket hingga berbagai layanan perkeretaapian lainnya. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif, dengan metode pengumpulan data melalui studi kepustakaan dan kuesioner (angket). Responden dalam penelitian ini adalah penumpang kereta api lokal Walahar yang menggunakan aplikasi KAI Access, dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang, ditentukan menggunakan rumus Lemeshow. Kuesioner disebarluaskan secara luring kepada responden yang memenuhi kriteria penelitian. Analisis data dilakukan dengan statistik deskriptif untuk menggambarkan distribusi dan kecenderungan data, serta analisis regresi linear sederhana untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan (X) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan yang diberikan oleh aplikasi KAI Access berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Hal ini ditunjukkan dengan hasil uji t yang signifikan dan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 33,3%, yang berarti bahwa sepertiga variasi dalam kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel kualitas layanan. Sementara itu, 66,7% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian ini. Temuan ini mengindikasikan pentingnya peningkatan kualitas layanan digital dalam mendukung pengalaman pengguna aplikasi transportasi public.

Keywords: *Analisis, Kualitas Layanan, Aplikasi KAI Access, Kepuasan Pelanggan*

Pendahuluan

Transportasi darat memiliki keunggulan seperti fleksibilitas, aksesibilitas tinggi, dan tingkat keamanan yang relatif baik (Yam et al, 202). Di antara moda darat, kereta api menjadi pilihan utama masyarakat, terutama di Pulau Jawa, karena mampu menghindari kemacetan dengan jalur tersendiri serta dianggap cepat dan nyaman (Sasongko, 2021). PT Kereta Api Indonesia (KAI), sebagai BUMN, menyediakan layanan kereta api yang menghubungkan berbagai wilayah di Indonesia, termasuk Pulau Jawa yang memiliki infrastruktur perkeretaapian yang lebih berkembang (Lauwtania, 2021). Kondisi ini menunjukkan meningkatnya kepercayaan dan kenyamanan masyarakat dalam menggunakan layanan kereta api (Nurrahmah, 2019). Kereta Api Lokal Walahar Ekspres merupakan salah satu moda transportasi andalan masyarakat Karawang, terutama bagi mereka yang tinggal atau bekerja di wilayah tersebut.

Kereta ini melayani rute dari Stasiun Cikarang hingga Stasiun Purwakarta dengan pemberhentian di 10 stasiun, termasuk Stasiun Karawang, dan memiliki enam jadwal

keberangkatan harian dengan selang waktu rata-rata tiga jam (KAI Access) (Idayati et al, 2020). Sebagai sambungan dari layanan Commuter Line yang berhenti di Cikarang, kereta ini menjadi pilihan utama penumpang yang bepergian dari Karawang ke Jakarta dan sekitarnya, atau sebaliknya. Dengan tarif hanya Rp 4.000, Walahar Ekspres diminati karena ekonomis dan mampu menjangkau kawasan metropolitan dengan biaya terjangkau (Haryanto et al, 2024).

Seiring meningkatnya jumlah pengguna layanan kereta api, PT. KAI terus berupaya meningkatkan kualitas pelayanannya. Salah satu bentuk peningkatan tersebut adalah dengan menyediakan layanan digital, seperti pemesanan tiket dan informasi real-time melalui aplikasi resmi KAI Access (Rafiah, 2021). Aplikasi ini dirancang untuk memudahkan penumpang dalam mengakses layanan kereta jarak jauh, lokal, hingga Commuter Line, sekaligus menjadi bukti komitmen PT. KAI dalam menghadirkan pelayanan yang mudah, cepat, dan responsif terhadap kebutuhan pelanggan (Sahara et al, 2024). Melalui inovasi digital, PT. KAI memungkinkan pengguna untuk mengakses berbagai informasi dan layanan kereta api secara praktis, seperti pencarian jadwal dan pemesanan tiket hanya melalui aplikasi KAI Access. Langkah ini diambil untuk menjawab tantangan di era digital serta sebagai upaya peningkatan kualitas layanan publik yang didukung oleh pemerintah (Public Relation KAI, 2023). Dalam mendukung kelancaran prosedur bisnis, PT Kereta Api Indonesia (Persero) memandang peningkatan kualitas pelayanan kepada pelanggan sebagai aspek yang sangat penting. Seiring dengan berkembangnya teknologi dan meningkatnya tuntutan masyarakat terhadap layanan yang cepat, efisien, dan terintegrasi, perusahaan dituntut untuk terus melakukan transformasi digital.

Upaya ini tidak hanya bertujuan untuk memenuhi harapan pelanggan, tetapi juga untuk memperkuat posisi perusahaan dalam industri transportasi nasional. Untuk mewujudkan hal tersebut, penerapan standar dasar manajemen teknologi informasi menjadi langkah strategis yang krusial. Standar ini berfungsi sebagai kerangka kerja yang mengatur serta memberdayakan seluruh unit kerja agar dapat menjalankan kebijakan manajemen perusahaan secara selaras dan konsisten (Saputra et al, 2021). Dengan adanya standar ini, proses inovasi dan peluncuran layanan berbasis digital dapat dilakukan secara lebih terstruktur, efisien, dan berorientasi pada peningkatan kualitas layanan kepada pelanggan (Izzati et al., 2024). Aplikasi KAI Access telah diunduh lebih dari 10 juta kali dan memperoleh rating 2,5 dari 5 berdasarkan ulasan pengguna per 27 November 2024 pada google playstore. Meskipun penilaiannya belum maksimal, aplikasi ini tetap menjadi solusi praktis bagi penumpang untuk mengakses layanan kereta api, termasuk informasi jadwal keberangkatan dan kedatangan secara real-time. Kehadiran aplikasi ini mencerminkan upaya PT. KAI dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan memenuhi kepuasan pelanggan.

Kualitas pelayanan merupakan usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen secara tepat, sesuai dengan harapan mereka. Kualitas layanan menjadi elemen penting dalam menjamin kelangsungan suatu organisasi, baik di sektor pemerintah maupun swasta. Enam prinsip utama dalam kualitas pelayanan, yaitu kepemimpinan, pendidikan, perencanaan strategis, evaluasi (review), komunikasi, dan penghargaan sumber daya manusia secara menyeluruh (Herawati et al., 2022). Pelayanan yang berkualitas merupakan pelayanan yang mampu memberikan kepuasan bagi seluruh pihak yang terlibat, baik penyelenggara layanan maupun masyarakat sebagai penerima layanan. Contohnya, kualitas pelayanan yang diberikan oleh aparaturnya pemerintahan kepada masyarakat harus sesuai dengan ekspektasi yang dimiliki oleh masyarakat tersebut. Apabila kualitas pelayanan tidak memenuhi harapan, maka akan timbul rasa kecewa dari masyarakat. Oleh karena itu, jaminan terhadap kualitas pelayanan perlu menjadi prioritas utama bagi aparaturnya, sekaligus menjadi indikator penting

dalam menilai tingkat kepuasan masyarakat terhadap layanan yang diberikan (Firah et al, 2024).

Kepuasan konsumen didefinisikan sebagai respons emosional individu yang mencerminkan perasaan senang atau kecewa setelah melakukan suatu transaksi. Kepuasan ini muncul sebagai hasil dari perbandingan antara harapan konsumen dan kinerja aktual produk atau jasa yang diterima. Dengan kata lain, kepuasan konsumen merupakan evaluasi afektif terhadap sejauh mana produk atau layanan mampu memenuhi atau melampaui harapan yang telah dibentuk sebelumnya (Ruslani et al., 2024). Dalam konteks pelayanan, kepuasan merupakan respons positif terhadap layanan produk atau jasa dari sebuah organisasi. Kualitas pelayanan menjadi faktor penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan, di mana kepuasan akan muncul apabila layanan yang diterima sesuai dengan harapan. Selain itu, kualitas produk dan jasa juga sangat memengaruhi tingkat kepuasan, karena pelanggan cenderung mengevaluasi mutu berdasarkan pengalaman nyata serta komunikasi yang disampaikan oleh perusahaan. Faktor emosional turut berperan, seperti rasa bangga dan nyaman yang dirasakan saat menggunakan aplikasi KAI Access, yang dapat memperkuat kepuasan pengguna. Aspek harga juga memiliki pengaruh, di mana semakin tinggi harga tiket, maka semakin tinggi pula ekspektasi pelanggan terhadap kualitas layanan yang diberikan. Terakhir, biaya tambahan menjadi pertimbangan penting; pelanggan akan merasa lebih puas apabila layanan dapat diakses tanpa adanya biaya tambahan maupun pengorbanan waktu yang signifikan (Bahrudin, 2023).

Penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa kualitas layanan yang diberikan oleh aplikasi KAI Access berperan penting dalam membentuk tingkat kepuasan pelanggan, khususnya penumpang Kereta Api (Kamal et al, 2020). Melalui fitur-fitur digital yang memudahkan proses pemesanan tiket, pengingat perjalanan melalui trip virtual assistant, serta dukungan layanan customer service yang responsif, aplikasi ini mampu menghadirkan pengalaman layanan yang cepat, tepat, dan informatif. Kombinasi elemen-elemen tersebut mencerminkan upaya KAI dalam meningkatkan kualitas layanan digital guna memenuhi harapan dan kebutuhan penumpang secara optimal (Falaahuddin et al, 2020). Kualitas layanan aplikasi KAI Access memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan penumpang kereta.

Temuan ini dibuktikan melalui hasil original sample yang mendukung hipotesis, sehingga dapat disimpulkan bahwa peningkatan kualitas layanan aplikasi berdampak langsung terhadap tingkat kepuasan pengguna. Oleh karena itu, hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi PT Kereta Api Indonesia (Persero) dalam mengembangkan aplikasi KAI Access dengan menjaga konsistensi kualitas layanan serta melakukan peningkatan berkelanjutan, guna menciptakan pengalaman yang memuaskan dan berkesan bagi para penumpang (Woen et al, 2021). Kualitas layanan terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin baik kualitas layanan yang diberikan, maka semakin tinggi pula kecenderungan konsumen merasa puas dan memilih untuk melakukan pembelian tiket kereta api melalui aplikasi KAI Access (Primadi et al, 2024).

Berdasarkan uraian diatas, Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi kualitas layanan aplikasi KAI Access dalam kaitannya dengan kepuasan pelanggan kereta lokal Walahar, menggunakan model SERVQUAL yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry pada tahun 1990. Analisis difokuskan pada lima dimensi utama, yaitu: bukti fisik (*tangibles*), empati (*emphaty*), keandalan (*realibility*), jaminan (*assurance*), dan daya tanggap (*responsiveness*).

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan dua metode pengumpulan data, yaitu melalui kuesioner (angket) dan studi kepustakaan. Pendekatan kuantitatif merupakan metode penelitian yang mengandalkan data numerik untuk menjawab rumusan masalah atau pertanyaan penelitian (Adil et al, 2023). Metode ini berfokus pada pengukuran yang bersifat objektif, pengumpulan data secara terstandarisasi, serta penerapan teknik analisis statistik guna menguji hipotesis atau menjelaskan suatu gejala tertentu. Penelitian kuantitatif umumnya digunakan untuk menelusuri hubungan antar variabel, menghitung frekuensi kejadian, atau mengidentifikasi pola-pola yang muncul dalam suatu kelompok populasi. Metode kuantitatif adalah pendekatan penelitian yang dilakukan secara sistematis dengan mengandalkan data berupa angka untuk menjawab pertanyaan penelitian serta menganalisis fenomena sosial yang menjadi fokus kajian. (Waruwu et al., 2025).

Salah satu ciri utama dalam penelitian kuantitatif adalah pemanfaatan data numerik untuk menggambarkan suatu fenomena. Angka-angka ini menjadi elemen penting, terutama dalam jenis penelitian survei. Sebagai contoh, ketika mengukur sikap, peneliti sering menggunakan skala penilaian 1 hingga 5, di mana responden diminta memilih salah satu dari lima pilihan yang tersedia. Setelah data dikumpulkan, peneliti akan menghitung serta menyajikan nilai rata-rata dari keseluruhan respons yang diberikan oleh kelompok responden. Keberadaan tahapan dalam penelitian kuantitatif mencerminkan proses yang terstruktur dan sistematis, dimulai dari perumusan masalah hingga penyusunan kesimpulan. Setiap langkah dalam proses ini dirancang untuk menjamin bahwa data yang dihasilkan bersifat valid dan mampu menjawab pertanyaan penelitian maupun menguji hipotesis yang diajukan.

Hipotesis merupakan dugaan awal yang disusun berdasarkan teori, konsep, atau temuan dari penelitian terdahulu. Dalam penelitian kuantitatif, hipotesis berfungsi sebagai landasan untuk menguji hubungan antarvariabel. Umumnya, hipotesis yang digunakan bersifat spesifik, dapat diukur, dan dapat dibuktikan secara empiris melalui analisis statistik. Responden dalam penelitian ini adalah penumpang kereta api lokal walahar dan menggunakan aplikasi KAI Access. Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Lemeshow, dengan total responden sebanyak 100 orang. Pengumpulan data dilakukan melalui dua tahapan. Pertama, studi kepustakaan yang bertujuan untuk mengkaji literatur guna memperoleh konsep, teori, dan instrumen yang relevan dengan topik penelitian. Kedua, penyebaran kuesioner (angket) secara luring yang disesuaikan dengan kriteria responden, guna mengumpulkan data yang diperlukan. Kuesioner tersebut memuat pernyataan-pernyataan yang harus dijawab oleh responden sesuai dengan pengalaman dan pengetahuan mereka.

Setelah data terkumpul dari responden atau sumber lain, langkah selanjutnya adalah analisis data. Dalam penelitian kuantitatif, analisis data dilakukan menggunakan metode statistik. Statistik deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah dikumpulkan, tanpa bertujuan untuk membuat kesimpulan atau generalisasi (Sugiyon, 2017). Peneliti memilih teknik statistik deskriptif karena kemampuannya dalam mengidentifikasi hubungan antara dua variabel. Selain itu, karena sampel penelitian ini telah ditentukan dan tidak dipilih secara acak, statistik deskriptif menjadi pilihan yang tepat untuk menguji data. Untuk menguji korelasi antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y), analisis regresi linear sederhana akan digunakan. Analisis ini dipilih karena penelitian hanya melibatkan satu variabel independen (X) dan satu variabel dependen (Y).

Uji Validitas

Validitas mengacu pada sejauh mana suatu instrumen mampu mengukur apa yang seharusnya diukur. Oleh karena itu, pengujian validitas penting dilakukan guna memastikan bahwa instrumen dalam angket benar-benar sahih (Abdullah, 2015). Instrumen yang valid menunjukkan bahwa alat ukur yang digunakan untuk memperoleh data memiliki tingkat ketepatan yang sesuai dengan tujuan pengukuran. Melalui uji validitas, keabsahan data yang dikumpulkan dari responden dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Salah satu metode yang digunakan dalam uji validitas adalah analisis faktor, di mana validitas faktor diukur melalui korelasi antara skor faktor (jumlah butir dalam satu faktor) dan skor total dari seluruh faktor. Kriteria pengujian validitas instrumen mencakup: a). Jika nilai r hitung lebih besar dari r tabel, maka butir-butir pertanyaan dalam kuesioner dianggap valid. b). Jika nilai r hitung lebih kecil dari r tabel, maka butir-butir tersebut dianggap tidak valid.

Uji Reliabilitas

Reliabilitas merujuk pada sejauh mana suatu alat ukur mampu menghasilkan hasil yang konsisten ketika digunakan untuk mengukur fenomena yang sama (Bahrudin, 2023). Untuk itu, dilakukan pengujian reliabilitas guna mengetahui tingkat konsistensi hasil pengukuran saat alat ukur yang sama digunakan dalam dua kali pengukuran atau lebih, serta apakah data yang diperoleh menunjukkan kesamaan (Amarin et al, 2021). Suatu instrumen dapat dikategorikan reliabel apabila mampu memberikan hasil pengukuran yang stabil dan tetap, sehingga dapat dipercaya serta dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Sebuah kuesioner atau angket dinyatakan reliabel apabila menghasilkan data yang sama ketika digunakan berulang kali dalam kondisi waktu dan tempat yang berbeda (Amarin et al, 2021).

Hasil

Uji Regresi Linear

Tabel 1. Hasil Uji regresi Linear

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	304.306	5	60.861	9.372	<.001 ^b
Residual	610.444	94	6.494		
Total	914.750	99			

Berdasarkan pada tabel hasil uji regresi linear sederhana diatas dimaksudkan untuk mengukur pengaruh variabel (X) kualitas layanan aplikasi KAI Access terhadap variabel (Y) kepuasan pelanggan kereta lokal walahar. Dengan dasar pengambilan Keputusan sebagai berikut: a). Jika nilai signifikansi < 0,05 maka H0 ditolak H1 diterima. b). Jika nilai signifikansi > 0,05 maka H0 diterima H1 ditolak. Berdasarkan hasil yang tercantum dalam tabel, diperoleh nilai F hitung sebesar 9,372 dengan tingkat signifikansi 0,001 < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel X (Kualitas Layanan Aplikasi KAI Access) terhadap variabel Y (Kepuasan Pelanggan Kereta Lokal Walahar).

Uji Koefisien Determanasi (R2)

Tabel 2. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.577 ^a	.333	.297	2.54835

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi, square sebesar 0,333 menunjukkan bahwa kualitas layanan aplikasi KAI Access memberikan kontribusi sebesar 33,3% terhadap kepuasan

pelanggan Kereta Lokal Walahar. Artinya, variabel tersebut memiliki pengaruh yang cukup signifikan, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

Uji Parsial (T)

Table 3. Uji Parsial (T)

Model	Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
(Constant)	23.274	3.456		6.734	<.001
Tangibles	.287	.223	.123	1.288	.201
Reliability	-.086	.242	-.034	-.354	.724
Responsiveness	.045	.174	.027	.260	.796
Assurance	.646	.261	.260	2.479	.015
Empathy	1.070	.313	.334	3.416	<.001

Uji parsial (T) ditujukan untuk mengukur besar pengaruh setiap dimensi pada variabel X secara parsial terhadap variabel Y dengan dasar pengambilan Keputusan sebagai berikut: a). H_0 diterima dan H_1 ditolak apabila nilai t hitung $< t$ tabel atau nilai signifikansi (Sig) $> 0,05$, yang berarti tidak ada pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y. b). H_0 ditolak dan H_1 diterima apabila nilai. Oleh karena itu, H_0 diterima dan H_1 ditolak, yang berarti Reliability tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. c). Untuk variabel X3 (Responsiveness), nilai t hitung sebesar 0,260 lebih kecil dari t tabel 1,9852, dan nilai signifikansi sebesar 0,796 lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, H_0 diterima dan H_1 ditolak, yang menunjukkan bahwa Responsiveness tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. d). Untuk variabel X4 (Assurance), diperoleh nilai t hitung sebesar 2,479 yang lebih besar dari t tabel 1,9852, serta nilai signifikansi sebesar 0,015 yang lebih kecil dari 0,05. Oleh karena itu, H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang berarti Assurance memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. e). Untuk variabel X5 (Empathy), diperoleh nilai t hitung sebesar 3,416 yang lebih besar dari t tabel 1,9852, serta nilai signifikansi sebesar 0,001 yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang menunjukkan bahwa Empathy berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pembahasan

Penelitian ini mengkaji sejauh mana pengaruh kualitas layanan aplikasi KAI Access terhadap tingkat kepuasan pelanggan, khususnya pada pengguna layanan Kereta Api Lokal Walahar. Melalui serangkaian tahapan uji, peneliti berhasil memperoleh hasil analisis dari data yang diperoleh melalui 100 kuesioner yang telah diisi oleh para responden. Hasil analisis tersebut digunakan untuk menentukan apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas layanan aplikasi KAI Access terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan uji koefisien determinasi, ditemukan bahwa variabel kualitas layanan aplikasi KAI Access memberikan kontribusi sebesar 33,3% terhadap variabel kepuasan pelanggan pengguna Kereta Api Lokal Walahar. Dalam penelitian ini, variabel X mengacu pada kualitas layanan aplikasi KAI Access, yaitu sebuah aplikasi resmi dari PT Kereta Api Indonesia yang dirancang untuk memudahkan pengguna dalam melakukan pemesanan tiket, memperoleh informasi jadwal dan harga, menerima notifikasi serta informasi real time, dan mengakses berbagai layanan kereta api lainnya. Berdasarkan data per Mei 2025, aplikasi ini telah diunduh sebanyak 10 juta kali dan memperoleh rating 4,8 dari 5 dengan jumlah ulasan mencapai 293 ribu.

Data ini menunjukkan bahwa aplikasi KAI Access semakin banyak digunakan oleh masyarakat sebagai solusi dalam memenuhi kebutuhan perjalanan mereka. KAI Access tidak hanya berfungsi sebagai sarana pemesanan tiket, tetapi juga telah berkembang menjadi

platform layanan digital yang mendukung efisiensi, kenyamanan, dan mobilitas masyarakat modern. Dengan fitur-fitur canggih serta sistem yang terintegrasi secara responsif, aplikasi ini menjadi bagian penting dari transformasi digital dalam layanan transportasi kereta api di Indonesia. Dalam penelitian ini, kualitas layanan sebagai variabel independen (X) dianalisis menggunakan pendekatan SERVQUAL (Service Quality), yang mencakup lima dimensi utama: *Tangibles* (aspek fisik), *Reliability* (keandalan), *Responsiveness* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan), dan *Empathy* (empati). Kemajuan teknologi informasi telah mendorong PT Kereta Api Indonesia (KAI) untuk memanfaatkan internet sebagai sarana peningkatan mutu layanan kepada pelanggan. Tidak hanya melalui media sosial, perusahaan ini juga mengembangkan aplikasi mobile bernama KAI Access sebagai bentuk media interaktif.

Aplikasi ini memungkinkan pengguna untuk berinteraksi langsung dengan sistem, seperti memilih jadwal dan kursi, melakukan pembayaran digital, serta memperoleh e boarding pass secara cepat dan daring. Inovasi ini mencerminkan karakteristik media baru (new media) yang menitikberatkan pada keterlibatan aktif pengguna (Puspita, 2020). Lebih dari sekadar kemudahan, KAI Access memberikan kontribusi terhadap peningkatan kualitas layanan publik dan inovasi pelayanan. Hal ini sejalan dengan pendapat yang menyatakan bahwa KAI Access, bersama kanal digital lainnya, merupakan salah satu bentuk inovasi signifikan dalam pelayanan public (Frizn et al, 2024). Transformasi ini berhasil meningkatkan efisiensi, aksesibilitas, dan kenyamanan layanan kereta api. Namun demikian, beberapa kendala teknis seperti gangguan sistem dan aplikasi yang tiba-tiba keluar masih menjadi tantangan yang harus diatasi. KAI Access merupakan aplikasi resmi pemesanan tiket kereta api yang dikembangkan oleh PT KAI sejak 2014. Aplikasi ini dirancang untuk memenuhi kebutuhan perjalanan berbagai jenis layanan kereta baik jarak jauh, menengah, maupun lokal. Sebagai platform digital, KAI Access mempermudah proses pemesanan tiket dan penyediaan layanan KAI lainnya. Di era digital saat ini, aplikasi ini menggantikan metode lama dalam pembelian tiket, memberikan alternatif yang lebih praktis bagi pengguna.

Permasalahan antrean yang kerap terjadi dalam proses pembelian tiket secara langsung di loket stasiun telah menjadi salah satu tantangan utama dalam pelayanan transportasi publik, khususnya kereta api. Antrean yang panjang tidak hanya menimbulkan rasa jenuh bagi pelanggan, tetapi juga berpotensi menyebabkan kerugian dari sisi waktu dan biaya, terutama bagi mereka yang memiliki keterbatasan waktu atau jadwal perjalanan yang ketat. Faktor utama yang menyebabkan ketidakefisienan ini adalah ketidakpastian waktu kedatangan pelanggan yang tidak terprediksi serta lamanya proses pelayanan di loket, yang secara keseluruhan berdampak pada buruknya pengelolaan antrean. Apabila kondisi ini tidak segera ditangani dengan solusi yang tepat, maka akan menimbulkan dampak negatif tidak hanya bagi pelanggan, tetapi juga bagi penyedia layanan dalam bentuk penurunan kepuasan pelanggan dan persepsi negatif terhadap kualitas layanan. Meskipun antrean merupakan hal yang lazim dijumpai pada layanan publik, kenyataannya pelanggan dihadapkan pada waktu tunggu yang bervariasi mulai dari sangat singkat hingga sangat lama yang kemudian menimbulkan ketidaknyamanan serta rasa frustrasi. Kondisi ini tentu bertolak belakang dengan tujuan utama pengembangan dan peluncuran aplikasi KAI Access, yakni untuk memberikan kemudahan, efisiensi, dan kenyamanan dalam proses pembelian tiket secara digital, sekaligus mengurangi ketergantungan terhadap pembelian tiket konvensional di loket (Pratama et al, 2021).

Untuk mengevaluasi kualitas layanan aplikasi KAI Access, digunakan metode SERVQUAL. Metode ini menilai kualitas layanan berdasarkan lima dimensi utama melalui perhitungan selisih (gap) antara persepsi pelanggan terhadap layanan yang diterima dengan harapan mereka terhadap layanan yang ideal. Kelima dimensi SERVQUAL tersebut meliputi: *Tangibles*

(aspek fisik), Reliability (keandalan), Responsiveness (daya tanggap), Assurance (jaminan), dan Empathy (empati). Kualitas layanan mencerminkan tingkat keunggulan layanan dalam memenuhi ekspektasi pelanggan, serta bagaimana organisasi mengelola keunggulan tersebut untuk memenuhi kebutuhan pengguna (Bahrudin, 2023). Oleh sebab itu, kualitas layanan yang baik akan berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan semakin baik layanan yang diterima, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan (Woen et al, 2021). Kepuasan pelanggan merupakan faktor penting dalam menciptakan nilai tambah yang berkelanjutan bagi pengguna layanan.

Ketika pelanggan merasa puas terhadap layanan yang diberikan, maka perusahaan akan memperoleh berbagai manfaat strategis, antara lain terbentuknya hubungan jangka panjang yang harmonis, peningkatan loyalitas pelanggan, serta promosi tidak langsung melalui rekomendasi dari mulut ke mulut yang efektif. Pelanggan yang puas cenderung melakukan pembelian ulang dan menunjukkan keterikatan emosional terhadap layanan yang mereka gunakan, sehingga meningkatkan retensi pelanggan serta memperkuat posisi kompetitif perusahaan di pasar. Dalam konteks layanan transportasi, hal ini sangat relevan mengingat kebutuhan masyarakat yang semakin tinggi terhadap layanan yang cepat, mudah diakses, dan andal. Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa kualitas layanan aplikasi KAI Access memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pengguna Kereta Api Lokal Walahar. Melalui pengujian menggunakan metode SERVQUAL, diperoleh bahwa dua dimensi utama, yaitu assurance (jaminan) dan empathy (empati), memberikan kontribusi signifikan dalam membentuk persepsi positif pelanggan terhadap layanan yang diberikan. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan terhadap keamanan sistem serta perhatian yang diberikan kepada kebutuhan individu pelanggan menjadi aspek krusial dalam menciptakan pengalaman layanan yang memuaskan.

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan aplikasi KAI Access terhadap tingkat kepuasan pelanggan pengguna Kereta Api Lokal Walahar. Fokus penelitian mengacu pada lima dimensi dalam model SERVQUAL, yakni Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy. Hasil analisis data menunjukkan bahwa tiga dimensi pertama, yaitu Tangibles, Reliability, dan Responsiveness, tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yang ditunjukkan oleh nilai t hitung lebih kecil dari t tabel dan signifikansi di atas 0,05. Sebaliknya, dimensi Assurance dan Empathy terbukti secara signifikan memengaruhi kepuasan pengguna, dengan nilai t hitung lebih besar dari t tabel dan signifikansi di bawah 0,05. Implikasi dari temuan ini menunjukkan bahwa aspek teknis dan tampilan fisik aplikasi belum menjadi faktor penentu utama dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Sebaliknya, rasa aman dalam penggunaan aplikasi serta perhatian terhadap kebutuhan pengguna menjadi faktor yang lebih berpengaruh dalam membentuk pengalaman pengguna yang positif. Oleh karena itu, pengembangan aplikasi digital di sektor transportasi sebaiknya memprioritaskan peningkatan kualitas layanan yang bersifat personal dan membangun kepercayaan.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, antara lain keterbatasan pada ruang lingkup objek penelitian yang hanya difokuskan pada pengguna Kereta Api Lokal Walahar serta jumlah sampel yang terbatas pada 100 responden. Selain itu, penelitian hanya menggunakan lima dimensi SERVQUAL tanpa mempertimbangkan aspek lain seperti pengalaman pengguna secara menyeluruh, faktor teknologi, maupun kondisi eksternal. Untuk penelitian selanjutnya,

disarankan agar dapat mengeksplorasi variabel lain di luar dimensi SERVQUAL, seperti user experience (UX), keamanan data, atau integrasi layanan digital. Selain itu, memperluas objek penelitian ke layanan kereta api lainnya atau moda transportasi berbeda dapat memberikan wawasan yang lebih komprehensif dalam upaya peningkatan kualitas layanan digital di Indonesia.

Acknowledgment

-

Daftar Pustaka

- Adil, A., Liana, Y., Mayasari, R., Lamonge, A. S., Ristiyana, R., Saputri, F. R., ... & Wijoyo, E. B. (2023). Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif: Teori dan praktik. Jakarta: Get Press indonesia.
- Amarin, S., & Wijaksana, T. I. (2021). Pengaruh kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen (Studi pada pengguna aplikasi Berrybenka di Kota Bandung). *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 4(1), 37–52. <https://doi.org/10.24176/bmaj.v4i1.6001>
- Bahrudin, A. (2023). Analisis Pengaruh Implementasi Aplikasi KAI Access Terhadap Kepuasan Pengguna Layanan PT. Kereta Api Indonesia Di Kota Semarang. *MIMBAR Administrasi Fisip Untag Semarang*, 20(2), 170-187. <https://doi.org/10.56444/mia.v20i2.1131>
- Falaahuddin, A. A., & Widiartanto, W. (2020). Pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan keamanan terhadap minat beli pengguna aplikasi mobile KAI Access (Studi pada pengguna aplikasi mobile KAI Access Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(3), 295–301. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28084>
- Firah, A., & Lestari, S. W. (2024). Analisis Kualitas Layanan Aplikasi Access By Kai Dalam Meningkatkan Jumlah Pengguna Jasa Transportasi Kereta Api Pada PT. KAI Divisi Regional 1 Sumatera Utara Kota Medan. *Warta Dharmawangsa*, 18(3), 1026-1038 <https://doi.org/10.46576/wdw.v18i3.4769>
- Frizni, D., & Adnan, M. F. (2024). Penerapan inovasi Access by KAI dalam transformasi pelayanan publik pada PT KAI (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat. *Jurnal Administrasi Pemerintahan Desa*, 5(1), 8. <https://doi.org/10.47134/villages.v5i1.91>
- Haryanto, K. A., & Sudrajat, A. (2025). Pengaruh kepuasan pelanggan mahasiswa UNSIKA terhadap kualitas ketepatan waktu kereta api lokal Karawang-Cikarang. *Growth*, 22(2), 340–350. <https://doi.org/10.36841/growth-journal.v22i2.5582>
- Herawati, S., Saktiendi, E., & Raihanah, A. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi KAI Access terhadap Kepuasan Konsumen PT Kereta Api Indonesia (Persero). *Formosa Journal of Multidisciplinary Research*, 1(6), 1391-1406. <https://doi.org/10.55927/fjmr.v1i6.1436>
- Idayati, I., Kesuma, I. M., Aprianto, R., & Suwarno, S. (2020). The Effect of Service Quality on Citizen's Expectation through Dimension of Tangible, Emphaty, Reliability, Responsiveness and Assurance (TERRA). *SRIWIJAYA International Journal of dynamic economics and business*, 241-252. <https://doi.org/10.29259/sijdeb.v4i3.241-252>

- Izzati, N. L., Hayat, H., & Rahmawati, S. D. (2024). Efektivitas Penggunaan Aplikasi KAI ACCESS Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan PT. KAI (Studi Pada Stasiun Gubeng). *Transparansi: Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi*, 7(2), 272-277. <https://doi.org/10.31334/transparansi.v7i2.3926>
- Kamal, F., Winarso, W., & Mardiani, L. (2020). Peningkatan Kepuasan Mahasiswa Melalui Kualitas Pelayanan Akademik (Studi Kasus Pada Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam As-Syafi'iyah Jakarta). *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Manajemen*, 16(1), 33-45. <https://doi.org/10.31599/jiam.v16i1.111>
- Lauwtania, F. (2021). Perlindungan Hukum Terhadap Pengguna Jasa Perkeretaapian Terkait Dengan Pelecehan Seksual yang Terjadi di Atas Kereta Api Dikaji Oleh Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Studi Kasus PT. Kereta Api Indonesia). *Binamulia Hukum*, 10(1), 69-78. <https://doi.org/10.37893/jbh.v10i1.242>
- Nurrahmah, S. (2019). Studi Kebutuhan Trayek Angkutan Umum Oplet Wilayah Kota Pekanbaru (Doctoral dissertation, Universitas Islam Riau).
- Pratama, S. D., & Syaodih, E. (2021). Analisis perilaku konsumen dalam memanfaatkan aplikasi KAI Access. *Service Management Triangle: Jurnal Manajemen Jasa*, 3(1), 20-27.
- Primadi, A., Tohir, M., & Sadin, M. S. (2024). Analisis kualitas pelayanan dan penerapan teknologi serta sistem informasi terhadap kepuasan pelanggan PT KAI. *Jurnal Siber Transportasi dan Logistik*, 2(1), 30-39. <https://doi.org/10.38035/jstl.v2i1.203>
- Puspita, A. A. (2020). Motif Pemanfaatan Layanan Mobile Application Kai Access (Studi pada Pengguna Kereta Api Lokal/Jarak Dekat Di Stasiun Wonokromo Surabaya). *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen*, 4(2). <https://doi.org/10.35308/jbkan.v4i2.2410>
- Rafiah, K. K. (2019). Analisis pengaruh kepuasan pelanggan dan kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan dalam berbelanja melalui E-commerce di Indonesia. *Al Tijarah*, 5(1), 46-56. <https://doi.org/10.21111/tijarah.v5i1.3621>
- Ruslani, R., Mahmud, M., Pakarti, P., & Wardhani, M. F. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan Aplikasi Terhadap Kepuasan Konsumen dalam Membentuk Niat Beli Ulang Tiket Kereta Api Pada KAI Acces. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(3), 9454-9467. <https://doi.org/10.31004/innovative.v4i3.11186>
- Sahara, S., & Zetalia, S. (2024). Analisis Efektivitas Aplikasi Kai Acces Dalam Meningkatkan Efisiensi Perjalanan Penumpang KAI Commuterline. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(1), 11904-11910.
- Saputra, U. R., Suwono, I., & Sholikah, M. A. (2021). Implementasi Teori Servqual Pada Layanan Akademik Satu Pintu. *Jurusan Pendidikan Administrasi FE UNY*, 18(1), 66. <https://doi.org/10.21831/efisiensi.v18i1.32580>
- Sasongko, S. R. (2021). Faktor-faktor kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan (literature review manajemen pemasaran). *Jurnal ilmu manajemen terapan*, 3(1), 104-114. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i1.707>
- Waruwu, M., Puat, S. N., Utami, P. R., Yanti, E., & Rusydiana, M. (2025). Metode penelitian kuantitatif: Konsep, jenis, tahapan dan kelebihan. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 10(1), 917-932. <https://doi.org/10.29303/jipp.v10i1.3057>

- Woen, N. G., & Santoso, S. (2021). Pengaruh kualitas layanan, kualitas produk, promosi, dan harga normal terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 10(2), 146-163. <http://dx.doi.org/10.30588/jmp.v10i2.712>
- Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). Hipotesis penelitian kuantitatif. *Perspektif: Jurnal Ilmu Administrasi*, 3(2), 96-102. <https://doi.org/10.33592/perspektif.v3i2.1540>