

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*, KEMUDAHAN PENGGUNAAN  
*VENDING MACHINE* DAN KEAMANAN TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN KERETA REL LISTRIK (KRL)  
YOGYAKARTA-PALUR**

**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta  
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



**Oleh:**

**AYU YUNI NUR HIDAYAH  
NIM. 19.52.11.355**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID  
SURAKARTA  
2023**

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*, KEMUDAHAN PENGGUNAAN  
*VENDING MACHINE* DAN KEAMANAN TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN KERETA REL LISTRIK (KRL)  
YOGYAKARTA-PALUR**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta  
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna  
Mengikuti Gelar Sarjana Ekonomi Dalam Bidang Ilmu Manajemen

**Oleh:**

**AYU YUNI NUR HIDAYAH**  
NIM. 19.52.11.355

Sukoharjo, 6 Maret 2023

Disetujui dan disahkan oleh:

Dosen Pembimbing Skripsi



**Ika Feni Setyaningrum, M.Sc.**  
NIP. 199202082020122015

## SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yang bertanda tangan di bawah ini:  
Nama : Ayu Yuni Nur Hidayah  
NIM : 19.52.11.355  
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa penelitian skripsi berjudul "*Pengaruh E-Service Quality, Kemudahan Penggunaan Vending Machine, dan Keamanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kereta Rel Listrik (KRL) Yogyakarta-Palur*".

Benar-benar bukan merupakan plagiasi dan belum pernah diteliti/dilakukan sebelumnya. Apabila di kemudian hari diketahui bahwa skripsi ini merupakan plagiasi, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Sukoharjo, 6 Maret 2023



Ayu Yuni Nur Hidayah

## SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ayu Yuni Nur Hidayah  
Nim : 195211355  
Prodi : Manajemen Bisnis Syariah  
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam

Terkait penelitian skripsi saya yang berjudul "Pengaruh *E-Service Quality*, Kemudahan Penggunaan *Vending Machine*, dan Keamanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kereta Rel Listrik (KRL) Yogyakarta-Paluar".

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya benar-benar telah melakukan penelitian dan mengambil data dari responden Pelanggan Kereta Rel Listrik (KRL) Yogyakarta-Paluar. Apabila dikemudian hari diketahui bahwa skripsi ini menggunakan data yang tidak sesuai dengan data yang seharusnya, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Sukoharjo, 6 Maret 2023

The image shows an official stamp of the Faculty of Economics and Business Islam, Yogyakarta State University. The stamp includes the university's logo, the text "FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS ISLAM", "YOGYAKARTA STATE UNIVERSITY", and "ST BAKX 300748786". A handwritten signature in black ink is written over the stamp.

Ayu Yuni Nur Hidayah

Ika Feni Setyaningrum, M.Sc.  
Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

NOTA DINAS

Hal: Skripsi  
Sdri: Ayu Yuni Nur Hidayah

Kepada Yang Terhormat  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta  
Di Surakarta

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dengan Hormat, bersama ini kami sampaikan bahwa setelah menelaah dan mengadakan perbaikan seperlunya, kami memutuskan bahwa skripsi saudara Ayu Yuni Nur Hidayah NIM: 19.52.111.355 yang berjudul: **"Pengaruh E-Service Quality, Kemudahan Penggunaan Vending Machine, dan Keamanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kereta Rel Listrik (KRL) Yogyakarta-Palur"**.

Sudah dapat dimunaqasahkan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam bidang ilmu Manajemen. Oleh karena itu, kami mohon agar skripsi tersebut segera dimunaqasahkan dalam waktu dekat.

Demikian, atas dikabulkannya permohonan ini disampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Sukoharjo, 6 Maret 2023

Dosen Pembimbing Skripsi



Ika Feni Setyaningrum, M.Sc.  
NIP. 199202082020122015

**PENGESAHAN**

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*, KEMUDAHAN PENGGUNAAN  
*VENDING MACHINE* DAN KEAMANAN TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN KERETA REL LISTRIK (KRL)  
YOGYAKARTA-PALUR**

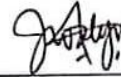
Oleh:

**AYU YUNI NUR HIDAYAH**  
NIM. 19.52.11.355

Telah dinyatakan lulus dalam ujian munaqosah  
pada hari Senin tanggal 03 April 2023 M / 12 Ramadhan 1444 H dan dinyatakan  
telah memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Dewan Penguji :


Penguji I (Merangkap Ketua Sidang)  
Wahyu Dian Silviani, S.Si., M.Env.  
NIP. 19891220 202012 2 014



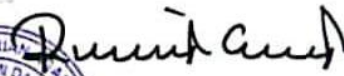
Penguji II  
Septi Kurnia Prastiwi, S.E., M.M.  
NIP. 19830924 201403 2 002



Penguji III  
Kisti Nur Aliyah, S.Si., M.E.  
NIP. 19910121 202012 2 014



Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta



Dr. M. Rahmawan Arifin, M.Si.  
NIP. 49720304 200112 1 004

## **MOTTO**

“Sebuah proses dan kemampuan seseorang itu masing-masing, jangan bandingkan proses dan kemampuanmu dengan orang lain. Berproseslah dan kerjakan sesuai kemampuanmu yakinlah semua akan selesai dengan waktu tepat yang di takdirkan untukmu”

“Kamu tidak harus menjadi hebat untuk memulai, tetapi kamu harus mulai untuk menjadi hebat”

“Ada kerja keras bapak dan iringian do’a ibu yang selalu mengiringi segala langkah saya disini”

“Skripsi yang baik adalah skripsi yang selesai”

## **PERSEMBAHAN**

Kupersembahkan dengan segenap cinta dan doa, karya yang sederhana ini untuk:

Orang tuaku tercinta Bapak Rokimin dan Ibu Sri Lestari

Adikku Ahmad Sholihin

Kakekku Pujo Utomo

Saudara-Saudaraku tersayang

Sahabatku Dita Sri Lestari, Inna Nur Pratiwi, Mami, Nita Agustina Hartono, Dwi

Susanti, Hannaa Nuhlaa, Arnetta Amalia Kartika Putri, Alfina Kusuma

Damayanti, Qismatul Maila

Rekan-rekanita Pimpinan Anak Cabang IPNU dan IPPNU Kecamatan Pedan

Rekan-rekanita pengurus Pimpinan Cabang IPNU dan IPPNU Kabupaten Klaten

Teman-teman seperjuanganku di kelas Manajemen Bisnis Syariah I 2019

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

yang selalu memberikan do'a, semangat dan kasih sayang tulus tiada ternilai

besarnya

untuk diriku sendiri yang sudah berjuang sejauh ini

Terimakasih



## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia dan Hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *E-Service Quality*, Kemudahan Penggunaan *Vending Machine*, dan Keamanan terhadap Kepuasan Pelanggan Kereta Rel Listrik (KRL) Yogyakarta-Palur”. Skripsi ini disusun untuk menyelesaikan Studi Jenjang Strata 1 (S1) Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.

Penulis menyadari sepenuhnya, telah banyak mendapatkan dukungan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga dan sebagainya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hati penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof Dr. Mudofir, S.Ag., M.Pd. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
2. Dr. M. Rahmawan Arifin, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. H. Khairul Imam, S.H.I, M.S.I selaku Ketua Jurusan Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Zakky Fahma Auliya, S.E., M.M. selaku Koordinator Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
5. Drs. Azis Slamet Wiyono, M.M. selaku Dosen Pembimbing Akademik Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

6. Ika Feni Setiyaningrum, M.Sc. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan banyak perhatian dan bimbingan selama penulis menyelesaikan skripsi.
7. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
8. Bapak, ibu, adik, saudara, kerabat dan keluarga terimakasih atas doa, cinta dan pengorbanan yang tak pernah ada habisnya, kasih sayangmu tak akan pernah kulupakan.
9. Sahabat Dita Sri Lestari, Inna Putri Nur Pratiwi, Nita Agustina Hartono, Mami dan teman-teman Angkatan 2019 yang senantiasa telah memberikan semangat tanpa henti demi terselesainya skripsi ini.

Terhadap semuanya tiada kiranya penulis dapat membalasnya, hanya doa serta puji syukur kepada Allah SWT, semoga memberikan balasan kebaikan kepada semuanya, Aamiin.

*Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Sukoharjo, 6 Maret 2023

Penulis

## ABSTRACT

*The purpose of this study was to determine the effect of: 1) e-service quality on customer satisfaction, 2) ease of use on customer satisfaction, 3) security on customer satisfaction, This researcher used the research method. The population in this study were customers of the Yogyakarta-Palur Electric Railroad (KRL). The sampling technique in this study used a non-probability sampling method. The sample taken in this study was 100 respondents. Data analysis techniques using multiple linear regression analysis with the help of SPSS version 26 applications.*

*The results of this study show that: 1) e-service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction. This is evidenced in a multiple linear regression test valued at 0,658 and value  $t_{\text{calculated}}$  of 3,872 > value  $t_{\text{table}}$  of 1,660 and significance value of  $0,000 < 0,05$ . 2) ease of use has a positive and significant to customer satisfaction. This is evidenced in a multiple linear regression test valued at 0,570 and value  $t_{\text{calculated}}$  of 2,485 > value  $t_{\text{table}}$  of 1,660 and a significance value of  $0,015 < 0,05$ . 3) Safety has a positive and significant effect on customer satisfaction. This is evidenced in a multiple linear regression test valued at 0,530 and value  $t_{\text{calculated}}$  of 5,661 value  $t_{\text{table}}$  of 1.660 and a significance value of  $0,000 < 0,05$ .*

*Keyword: e-service quality, ease of use, security, customer satisfaction*

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh: 1) *e-service quality* terhadap kepuasan pelanggan, 2) kemudahan penggunaan terhadap kepuasan pelanggan, 3) keamanan terhadap kepuasan pelanggan. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Kereta Rel Listrik (KRL) Yogyakarta-Palur. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *non-probability sampling*. Sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan aplikasi SPSS versi 26.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) *e-service quality* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dalam uji regresi linear berganda bernilai 0,658 dan nilai  $t_{hitung}$  3,872 > nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,660 dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. 2) kemudahan penggunaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dalam uji regresi linear berganda bernilai 0,570 dan nilai  $t_{hitung}$  2,485 > nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,660 dan nilai signifikansi 0,015 < 0,05. 3) Keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dalam uji regresi linear berganda bernilai 0,530 dan nilai  $t_{hitung}$  5,661 > nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,660 dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05.

Kata Kunci: *e-service quality*, kemudahan penggunaan, keamanan, kepuasan pelanggan

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN.....	iv
HALAMAN NOTA DINAS.....	v
HALAMAN PENGESAHAN MUNAQSAH.....	vi
MOTTO .....	vii
PERSEMBAHAN .....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
ABSTRACT.....	xi
ABSTRAK .....	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR .....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xviii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	7
1.3 Rumusan Masalah.....	7
1.4 Tujuan Penelitian .....	8
1.5 Batasan Penelitian.....	8

1.6	Jadwal Penelitian .....	8
1.7	Sistematika Penulisan .....	8
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>		<b>10</b>
2.1	Landasan Teori.....	10
2.1.1	Kepuasan Pelanggan .....	10
2.1.2	<i>E-Service Quality</i> .....	12
2.1.3	Kemudahan Penggunaan.....	14
2.1.4	Keamanan.....	16
2.2	Penelitian Yang Relevan.....	17
2.3	Kerangka Penelitian .....	23
2.4	Pengembangan Hipotesa.....	24
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>		<b>26</b>
3.1	Jenis Penelitian.....	26
3.2	Tempat dan Waktu Penelitian.....	26
3.3	Populasi dan Sampel .....	26
3.4	Teknik Pengambilan Sampel .....	28
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.6	Variabel Penelitian.....	29
3.7	Definisi Operasional Variabel.....	30
3.8	Analisis Data.....	31
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>37</b>

4.1	Gambaran Umum Penelitian.....	37
4.2	Pengujian dan Hasil Analisis Data.....	37
4.3	Pembahasan Hasil Analisis Data .....	56
BAB V PENUTUP.....		63
5.1	Kesimpulan .....	63
5.2	Saran .....	64
DAFTAR PUSTAKA .....		66
LAMPIRAN.....		73

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan.....	17
Tabel 3.2 Skala <i>likert</i> .....	29
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel .....	30
Tabel 3.3 Pedoman Interpretasi Koefisien Determinasi .....	34
Tabel 4.1 Jumlah Responden berdasarkan Jenis Kelamin .....	37
Tabel 4.2 Jumlah Responden berdasarkan Usia.....	38
Tabel 4.3 Jumlah Responden berdasarkan Asal Kota.....	38
Tabel 4.4 Hasil Uji Deskriptif.....	39
Tabel 4.5 Hasil Deskriptif Variabel <i>E-service Quality</i> .....	40
Tabel 4.6 Hasil Deskriptif Variabel Kemudahan Penggunaan .....	41
Tabel 4.7 Hasil Deskriptif Variabel Keamanan .....	42
Tabel 4.8 Hasil Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan.....	43
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas <i>E-Service Quality</i> .....	45
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Kemudahan Penggunaan.....	45
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Keamanan.....	45
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan .....	46
Tabel 4.13 Hasil Uji Realiabilitas .....	46
Tabel 4.14 Hasil Uji Normalitas .....	48
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinieritas .....	49
Tabel 4.16 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	49
Tabel 4.17 Hasil Uji F.....	51
Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $Adjusted R^2$ ).....	51
Tabel 4.19 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	52
Tabel 4.20 Hasil Uji Hipotesis (Uji t).....	55



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Transportasi Umum dan Pribadi pada Provinsi Jawa Tengah dan DIY Tahun 2018-2020 .....	2
Gambar 2.2 Kerangka Berfikir.....	23

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Jadwal Penelitian .....	74
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian .....	75
Lampiran 3 Data Karakteristik Responden .....	80
Lampiran 4 Tabulasi Data Penelitian .....	83
Lampiran 5 Hasil Distribusi Karakteristik Responden.....	93
Lampiran 6 Hasil Analisis Deskriptif Variabel .....	94
Lampiran 7 Hasil Uji Validitas .....	95
Lampiran 8 Hasil Uji Reliabilitas.....	97
Lampiran 9 Hasil Uji Asumsi Klasik .....	98
Lampiran 10 Hasil Uji Ketepatan Model .....	100
Lampiran 11 Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	100
Lampiran 12 Hasil Uji Hipotesis.....	100
Lampiran 13 Daftar Riwayat Hidup .....	101
Lampiran 14 Hasil Plagiasi .....	102

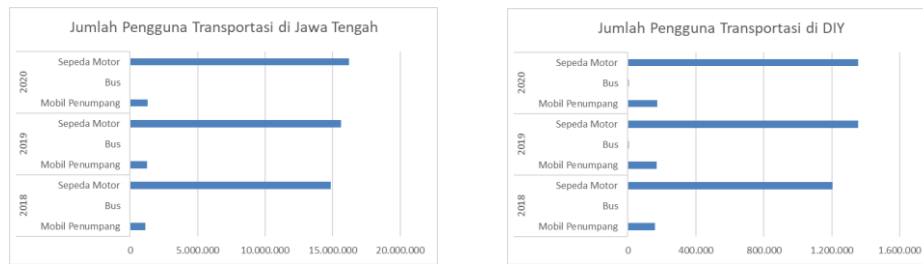
# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Transportasi menjadi unsur penting dalam negara, karena dapat memudahkan masyarakat dalam aktivitas kehidupan sosial (Fatimah, 2019). Peran utama transportasi merupakan membawa penumpang atau barang dari satu tempat ke tempat yang lain (Dwiatmoko, 2018). Pentingnya transportasi untuk memfasilitasi mobilitas masyarakat dapat mempengaruhi pertumbuhan ekonomi. Setiap wilayah memiliki karakteristik yang berbeda-beda sehingga perlu disediakan transportasi yang sesuai dengan karakteristik dalam wilayah.

Transportasi sebagai sarana mobilitas terdiri dari dua macam yaitu transportasi pribadi dan transportasi umum. Sayangnya transportasi pribadi itu masih mendominasi dibandingkan transportasi umum. Hal ini terbukti dari catatan Badan Pusat Statistik tahun 2018-2020 yang menunjukkan bahwa pengguna transportasi pribadi lebih tinggi daripada transportasi umum di Provinsi Jawa Tengah dan Provinsi DIY. Padahal transportasi umum memiliki peran yang penting dalam mencegah timbulnya kemacetan dan peningkatan polusi udara. Oleh karena, untuk menarik minat masyarakat menggunakan transportasi umum perlu disediakan jasa transportasi yang nyaman, aman dan efisien segi waktu. Perbandingan ditunjukkan pada gambar 1.1 di bawah ini:



Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Transportasi Umum dan Pribadi pada Provinsi Jawa Tengah dan DIY Tahun 2018-2020  
Sumber: Badan Pusat Statistik (2020) dan Dinas Perhubungan Kabupaten/Kota (2020)

Kereta Rel Listrik (KRL) salah satu jenis transportasi yang saat ini diminati oleh masyarakat di wilayah Yogyakarta dan Solo. Berdasarkan informasi PT Kereta *Commuter* Indonesia (2022), Kereta Rel Listrik (KRL) mulai beroperasi 10 Februari 2021 di Stasiun Yogyakarta hingga Solo Balapan. Kereta Rel Listrik (KRL) yang dikelola oleh PT Kereta *Commuter* Indonesia merupakan salah satu alat transportasi yang memiliki keunggulan multi komparatif seperti hemat bahan bakar, hemat energi, rendah polusi, bebas kemacetan, meminimalisir kecelakaan dan bersifat massal (Ray, 2018). Transportasi Kereta Rel Listrik (KRL) yang memiliki jalur tersendiri dapat membantu mobilitas masyarakat menjadi lebih efektif dan efisien.

Berdasarkan informasi PT Kereta *Commuter* Indonesia (2022), pada tanggal 17 Agustus 2022 Kereta Rel Listrik (KRL) resmi menambah layanan perjalanan dari Stasiun Yogyakarta hingga Stasiun Palur. Kereta Rel Listrik (KRL) Yogyakarta-Palur memiliki 13 pemberhentian di setiap stasiun antara lain Stasiun Yogyakarta, Stasiun Lempuyangan, Stasiun Maguwo, Stasiun Brambanan, Stasiun Srowot, Stasiun Klaten, Stasiun Ceper, Stasiun Delanggu, Stasiun Gawok, Stasiun Purwosari, Stasiun Solo Balapan, Stasiun Solo Jebres dan Stasiun Palur.

Penambahan rute Kereta Rel Listrik (KRL) diharapkan dapat membantu masyarakat dalam mobilitas menggunakan transportasi publik, khususnya wilayah Kota Surakarta, Klaten dan Yogyakarta.

Menurut catatan PT Kereta *Commuter* Indonesia (2022), tanggal 5 September 2022 tercatat pengguna Kereta Rel Listrik (KRL) Yogyakarta-Palur pada hari kerja rata-rata volume sejumlah 10.738 orang perhari. Pengguna Kereta Rel Listrik (KRL) Yogyakarta-Palur mengalami peningkatan 8% atau sejumlah 18.231 orang perhari karena adanya informasi kenaikan harga BBM. Tingginya peminat penggunaan Kereta Rel Listrik (KRL) menjadi salah satu dasar untuk PT Kereta *Commuter* Indonesia memperhatikan pelayanan sehingga pelanggan tetap mendapatkan kepuasan yang optimal.

Kepuasan pelanggan merupakan perasaan yang diharapkan pelanggan atas rasa senang atau kecewa setelah membandingkan kinerja (Kotler & Keller, 2009). Apabila memenuhi harapan pelanggan maka pelanggan merasa puas begitu pula sebaliknya apabila harapan tidak terpenuhi maka pelanggan merasa ketidakpuasan. Kepuasan pelanggan menjadi eksistensi layanan jasa transportasi sehingga terus diminati masyarakat.

Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah *e-service quality*. Peran penting *e-service quality* adalah menciptakan kepuasan pelanggan melalui peningkatan kualitas elektronik (Lupiyoadi & Hamdani, 2008). Menurut Juhria et al., (2021), *e-service quality* adalah pelayanan elektronik atau *e-service* yang sering dikenal sebagai *e-servqual* dikembangkan untuk mengevaluasi pelayanan yang diberikan melalui internet. Menurut Rohaeni & Marwa (2018), *e-*

*service quality* adalah penilaian berdasarkan tingkat kualitas produk atau jasa menimbulkan keinginan para pelanggan yang harus dipenuhi sesuai dengan kebutuhan. Pemenuhan harapan pelanggan berdasarkan produk atau jasa yang ditawarkan. Peningkatan *e-service quality* ini memerlukan beberapa hal yang menunjang prosesnya. Misalnya observasi kepada pelanggan, pendapat maupun *feedback* tentang pelayanan yang sudah diberikan. Penelitian terdahulu oleh Juhria et al., (2021), menghasilkan bahwa variabel *e-service quality* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Pada penelitian lain menurut Chesanti & Setyorini (2018), menghasilkan bahwa variabel *e-service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Salah satu inovasi pelayanan yang diberikan oleh PT Kereta *Commuter* Indonesia adalah dengan menerapkan *e-ticketing*. Penerapan *e-ticketing* ini menggantikan tiket kertas guna meningkat kualitas pelayanan. Penggunaan *e-ticketing* mudah digunakan dan mengurangi limbah kertas yang berdampak merusak lingkungan. Kereta Rel Listrik (KRL) menerapkan 2 *e-ticketing* kartu Multi Trip (KMT) dan Tiket Harian Berjamin (THB). *E-ticketing* yang digunakan pelanggan Kereta Rel Listrik (KRL) Yogyakarta-Palur adalah Kartu Multi Trip (KMT). Berdasarkan catatan PT Kereta *Commuter* Indonesia (2021), pengguna Kartu Multi Trip (KMT) tahun 2021 terjual 151.395 unit. Kartu Multi Trip (KMT) menjadi alat transaksi pilihan terbanyak dibandingkan jenis alat transaksi yang lain sebesar 44,49%. Oleh karena itu meningkatkan kualitas pelayanan *e-ticketing* Kartu Multi Trip (KMT) menjadi salah satu faktor penting lainnya oleh penyedia jasa Kereta Rel Listrik (KRL). Penelitian oleh Nurbani et al., (2018), menghasilkan

bahwa kualitas pelayanan *e-ticketing* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Faktor kedua yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kemudahan penggunaan. Kemudahan penggunaan adalah pola pikir seseorang yang berfikir mengenai dalam penggunaan teknologi tidak merepotkan (Hidayat et al., 2017). Semakin tinggi persepsi pelanggan terhadap kemudahan penggunaan sistem maka semakin tinggi tingkat pemanfaatan teknologi. Faktor kemudahan penggunaan sistem ini berdampak pada perilaku pelanggan. Penelitian terdahulu oleh Meileny & Wijaksana (2020), menghasilkan bahwa variabel kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Hasil penelitian lainnya Muflihadi & Rubiyanti (2016), menghasilkan bahwa variabel kemudahan penggunaan secara positif signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan. Oleh karena itu dapat dibuktikan bahwa kemudahan penggunaan teknologi dapat mempengaruhi kepada kepuasan pelanggan.

Salah satu kemudahan yang ditawarkan oleh PT Kereta *Commuter* Indonesia adalah menyediakan teknologi *vending machine*. *Vending machine* adalah fasilitas mesin penjual *e-ticketing* bertujuan untuk mengganti loket konvensional dan menentukan rencana perjalanannya sendiri. *Vending machine* memiliki beberapa fitur yaitu layanan isi ulang Kartu Multi Trip (KMT), layanan pembelian Tiket Harian Berjaminan (THB) dan layanan isi ulang saldo serta *refund* Tiket Harian Berjaminan (THB). Melihat fenomena masyarakat sekarang ini semakin akrab menggunakan Kartu Multi Trip (KMT). Penerapan transaksi non-tunai menggunakan Kartu Multi Trip (KMT) dan kartu uang elektronik bank sebagai tiket

Kereta Rel Listrik (KRL). Penerapan *vending machine* ini diharapkan mampu memenuhi kebutuhan transaksi pengguna *Commuter* Indonesia secara efisien. Berdasarkan pengamatan secara langsung, Kereta Rel Listrik (KRL) Yogyakarta-Palur juga telah menyediakan *vending machine* pada setiap stasiun. Pada setiap stasiun terdapat petugas khusus untuk melayani pelanggan yang mengalami kesulitan dalam mengoperasikan *vending machine*.

Selain faktor kualitas pelayanan dan kemudahan penggunaan. Faktor lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah keamanan. Keamanan adalah suatu kondisi pelayanan yang dianggap aman dari segala bentuk kejahatan atau yang membahayakan dari resiko atau keragu-raguan (Ferinia et al., 2021). Maraknya kasus pelecehan seksual dan pencurian barang yang berharga seperti handphone dan laptop menjadi fenomena ketidaknyamanan pada pengguna Kereta Rel Listrik (KRL). Langkah yang diterapkan Kereta Rel Listrik (KRL) Yogyakarta-Palur memperketat keamanan dengan cara mengamati gerak-gerik penumpang yang mencurigakan. Akan tetapi sayangnya Kereta Rel Listrik (KRL) Yogyakarta-Palur belum menerapkan *Camera Closed Circuit Television* (CCTV) guna memudahkan dalam memantau gerak penumpang (Wulandari, 2022). Oleh karena itu, petugas Kereta Rel Listrik (KRL) Yogyakarta-Palur menghimbau kepada seluruh penumpang agar tetap berhati-hati dan tertib. Penelitian terdahulu oleh Fichan & Narundana (2022), menghasilkan bahwa variabel keamanan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Ramadhan dan Anggraeni (2022), menunjukkan bahwa keamanan tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan.



Berdasarkan latar belakang masalah di atas penulis tertarik meneliti mengenai pengaruh variabel kualitas pelayanan *e-ticketing*, kemudahan penggunaan *vending machine* dan keamanan terhadap variabel kepuasan pelanggan Kereta Rel Listrik (KRL) khususnya rute Yogyakarta-Palur. Oleh karena itu judul yang diangkat oleh peneliti adalah **“Pengaruh *E-Service Quality*, Kemudahan Penggunaan *Vending Machine* dan Keamanan terhadap Kepuasan Pelanggan Kereta Rel Listrik (KRL) Yogyakarta-Palur”**.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Identifikasi masalah pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Adanya variabel keamanan yang tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
2. Maraknya pengguna transportasi pribadi yang memicu terjadinya kecelakaan dan kemacetan.
3. Adanya dampak negatif yang berkelanjutan mengenai penggunaan bahan bakar yang berlebihan dan mengurangi limbah kertas yang merusak lingkungan.
4. Adanya fenomena ketidaknyamanan pelanggan dalam menggunakan Kereta Rel Listrik (KRL) Yogyakarta-Palur.

## **1.3 Rumusan Masalah**

Penelitian ini memiliki rumusan masalah antara lain:

1. Apakah *e-service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kereta Rel Listrik (KRL) Yogyakarta-Palur?

2. Apakah kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kereta Rel Listrik (KRL) Yogyakarta-Palur?
3. Apakah keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kereta Rel Listrik (KRL) Yogyakarta-Palur?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini memiliki tujuan antara lain:

1. Mengetahui pengaruh positif dan signifikan *e-service quality* terhadap kepuasan pelanggan Kereta Rel Listrik (KRL) Yogyakarta-Palur.
2. Mengetahui pengaruh positif dan signifikan kemudahan penggunaan terhadap kepuasan pelanggan Kereta Rel Listrik (KRL) Yogyakarta-Palur.
3. Mengetahui pengaruh positif dan signifikan keamanan terhadap kepuasan pelanggan Kereta Rel Listrik (KRL) Yogyakarta-Palur.

#### **1.5 Batasan Penelitian**

Penelitian ini memiliki batasan masalah yaitu fokus penelitian pada kepuasan pelanggan Kereta Rel Listrik (KRL) Yogyakarta-Palur berdasarkan *e-service quality*, kemudahan penggunaan *vending machine* dan keamanan.

#### **1.6 Jadwal Penelitian**

Terlampir

#### **1.7 Sistematika Penulisan**

Penulisan penelitian ini dibagi menjadi beberapa bab yang berurutan dan saling berkaitan antara lain:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini meliputi latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan penelitian, jadwal penelitian dan sistematika penulisan.

## BAB II KAJIAN PUSTAKA

Bab ini meliputi landasan teori, penelitian yang relevan, kerangka penelitian dan pengembangan hipotesa.

## BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini meliputi jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, populasi dan sampel, teknik pengambilan sampel, teknik pengumpulan data, variabel penelitian, definisi operasional variabel dan analisis data.

## BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab hasil dan pembahasan berisi tentang gambaran umum penelitian pengujian dan pembahasan hasil analisis data.

## BAB V PENUTUP

Bab penutup mengenai kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian dan saran-saran yang ingin dikemukakan kepada penelitian di masa yang akan datang.

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **2.1 Landasan Teori**

##### **2.1.1 Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan pelanggan hal ini pasti diiringi dengan ketidakpuasan yang merupakan respon pelanggan realisasi yang dirasakan setelah didapatkan terhadap evaluasi ketidaksiesuaian antara harapan. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan yang timbul setelah membandingkan kinerja atau hasil produk yang dipikirkan pelanggan (Kotler & Keller, 2009).

Kepuasan pelanggan merupakan hasil utama dari penerapan teori, pelayanan yang diberikan kepada pelanggan akan dinilai dari pengalaman dan harapan (Rahmalia & Syafruddin, 2019). Pada dasarnya kepuasan pelanggan bisa diartikan berasal dari sudut kualitas maupun nilai yang diberikan. Kegiatan-kegiatan yang dilakukan suatu perusahaan guna untuk memberikan nilai oleh konsumen mengenai kepuasan yang dirasakan. Alat ukur kepuasan pelanggan produk atau jasa yang disediakan perusahaan melebihi ekspektasi pelanggan (Santoso & Aprianingsih, 2017).

Kepuasan pelanggan memiliki peran penting bagi suatu perusahaan. Kepuasan pelanggan yaitu kondisi yang ditunjukkan oleh pelanggan ketika menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya terpenuhi. Sedangkan kepuasan pelanggan berhubungan langsung dengan produk atau jasa yang selama ini gunakan (Rizan et al., 2019).

Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan kepuasan pelanggan merupakan perasaan kecewa atau senang pelanggan antara ekspektasi dan kenyataan yang diterima. Apabila pelanggan terpenuhi ekspektasinya maka kepuasan akan tercipta begitupun sebaliknya apabila ekspektasi tidak terpenuhi maka akan muncul ketidakpuasan.

Perusahaan dalam mengukur kepuasan pelanggan memiliki beberapa metode yang digunakan. Salah satu indikator mengukur kepuasan pelanggan menurut (Tjiptono & Chandra, 2011 dalam Priansa, 2017):

a. Harga

Harga merupakan penilaian dasar seperti tingkat harga dan kesesuaian nilai jual produk. Harga ini sangat melekat pada produk berkecenderungan dapat melihat seberapa besar kualitas produk. Sumber kepuasan pelanggan didasarkan pada nilai uang yang tinggi.

b. Kualitas produk atau jasa

Kualitas ini dapat dilihat dari pelanggan merasa puas atau ketidakpuasan sangat membeli atau menggunakan jasa pelayanan. Kualitas produk atau jasa dapat memenuhi harapan setiap pelanggan. Semakin kualitas produk atau jasa dirasa berkualitas baik maka terciptanya kepuasan pelanggan.

c. Kualitas pelayanan

Kemampuan perusahaan dalam melayani kebutuhan pelanggan. Kualitas pelayanan elektronik salah satu perluasan dari kemampuan suatu situs dalam menyediakan fasilitas agar bekerja secara efektif dan efisien.

d. Emosional

Pelanggan yang memiliki perasaan emosional dalam menggunakan produk atau jasa yang terus menerus. Perasaan emosional pelanggan merasa saat mengkonsumsi produk atau jasa aman dan nyaman. Sehingga muncul kepuasan pelanggan dalam mengkonsumsi produk atau jasa.

e. Kemudahan

Pelanggan yang merasa puas akan adanya pelayanan produk atau jasa yang ditawarkan sehingga pelanggan merasa mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau jasa.

### 2.1.2 *E-Service Quality*

*E-service quality* merupakan pengembangan dari kualitas pelayanan non-elektronik menjadi layanan secara elektronik dengan memanfaatkan digitalisasi. Salah satu penyampaian jasa dengan menggunakan media baru yaitu layanan elektronik. Fokus kualitas pelayanan elektronik lebih pada situs yang digunakan daripada kualitas pelayanan konvensional (Rahmalia & Chan, 2019).

Peranan penting dalam mempertahankan kebiasaan bisnis kepada konsumen di lingkungan *e-commerce* yaitu layanan elektronik. *E-service quality* sebagai layanan elektronik harus mampu memenuhi kebutuhan konsumen secara efisien (Singh, 2019). Pada dasarnya lingkungan layanan elektronik ini tidak adanya interaksi antar pelanggan dan karyawan akan tetapi mengarah pada pengukuran *e-service quality*.

Berdasarkan beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa *e-service quality* adalah suatu pelayanan elektronik yang diberikan oleh perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan untuk pelanggan. Kualitas pelayanan yang

dimaksud adalah memberikan pelayanan melalui elektronik yang berkualitas sehingga pelanggan merasa puas.

*E-ticketing* atau *electronic ticketing* adalah suatu cara untuk mendokumentasikan proses penjualan dari aktifitas perjalanan pelanggan tanpa harus mengeluarkan dokumen berharga secara fisik ataupun *paper ticket*. Semua informasi mengenai *electronic ticketing* disimpan secara *digital* dalam sistem komputer milik perusahaan. Sebagai bukti pengeluaran *e-ticketing*, pelanggan akan diberikan tanda bukti yang hanya berlaku sebagai alat untuk masuk ke dalam alat transportasi yang masih mengharuskan penumpang untuk membawa tanda bukti perjalanan (Hermaniawati & Listyani, 2015).

Kereta Rel Listrik (KRL) menerapkan Kartu Multi Trip (KMT), Kartu Multi Trip (KMT) adalah *e-ticketing* yang berbentuk uang elektronik diterbitkan oleh PT Kereta *Commuter* Indonesia yang bertujuan memudahkan bertransaksi seperti (PT Kereta *Commuter* Indonesia, 2017):

- a. Kartu Multi Trip (KMT) dapat diisi ulang (*top up*) di loket stasiun menggunakan *vending machine*.
- b. Kartu Multi Trip (KMT) tidak memiliki masa kadaluwarsa dan dapat dipindah tangankan.

Beberapa indikator yang mengenai *e-service quality* (Parasuraman et al., 2005):

- a. *Responsiveness*

Fungsi yang memiliki respon cepat bagi para pelanggan untuk mendapatkan bantuan jika ada permasalahan atau pertanyaan.

b. Akses

Fungsi yang digunakan untuk memudahkan pelanggan secara lebih tepat dan efisien.

c. *Fleksibilitas*

Fungsi yang digunakan dalam melakukan pembayaran ataupun kemudahan dalam bertransaksi untuk digunakan para pelanggan.

d. Privasi

Fungsi yang digunakan dalam memberikan keamanan bagi para pelanggan baik keamanan data pribadi, keamanan bertransaksi atau jaminan yang diberikan perusahaan.

e. Estetika

Fungsi yang digunakan dalam penampilan situs.

### **2.1.3 Kemudahan Penggunaan**

Kemudahan penggunaan merupakan kesadaran penggunaan sistem dalam pengelolaan manfaatnya. Kemudahan ini memiliki dampak perilaku yang mana semakin tinggi kesadaran masyarakat akan kemudahan maka semakin tinggi pula tingkat manfaat teknologi (Wardoyo & Andini, 2017). Kemudahan penggunaan adalah kepercayaan seseorang dalam menggunakan teknologi akan terbebas dari usaha (Jogiyanto, 2007).

*Vending machine* adalah sebuah mesin yang dapat melayani pelanggan selama 24 jam tanpa harus mengantri (Yuliani & Novita, 2018). Sebelum adanya *vending machine* pengguna jasa Kereta Api Prameks membeli tiket secara manual dengan datang ke loket *customer service* dan membayar dengan uang *cash* atau



tunai. Perkembangan teknologi sekarang ini Kereta Rel Listrik (KRL) memiliki inovasi pelayanan dengan *vending machine*. Salah satu tujuan adanya *vending machine* adalah memudahkan pelanggan diharapkan mampu memenuhi kebutuhan transaksi pengguna *Commuter* Indonesia secara efisien.

Ada beberapa indikator untuk mengukur mengenai kemudahan penggunaan yaitu (Sun & Zhang, 2006):

a. Kemudahan mempelajari

Kemudahan dapat diartikan bahwa pengguna dapat memahami mempelajari teknologi yang digunakan walaupun hanya sekali dalam menggunakan teknologi tersebut.

b. Mudah dimengerti

Kemudahan teknologi didasarkan dengan sistem yang jelas dan mudah dimengerti oleh pelanggan.

c. Mudah digunakan

Tingkat kepercayaan dalam menggunakan sistem bila dapat mudah digunakan. Sistem disini juga dapat mengurangi usaha fisik dalam memenuhi kebutuhan.

d. Menambah keterampilan

Kemudahan pengoperasian teknologi atau sistem akan menambah keterampilan dalam penggunaan.

#### 2.1.4 Keamanan

Menurut Engriani (2015), keamanan dapat di artikan bebas dari bahaya, resiko, dan keragu-raguan, memberi rasa nyaman dan membebaskan dari segala resiko atau keragu-raguan.

Menurut Faqih Afghani & Yulianti (2016) mengartikan keamanan sebagai suatu usaha atau tindakan yang bertujuan mengamankan asset dari ancaman atau bahaya yang akan datang. Menurut Tahqiqi & Hidayat (2018), keamanan merupakan kondisi aman, keadaan terlindungi seseorang baik secara psikologis, finansial, fisik, emosi maupun secara spiritual yang berakibat dari suatu kegagalan, kecelakaan, kerusakan atau melalui hal yang tidak diduga.

Berdasarkan beberapa pengertian bahwa keamanan adalah sesuatu yang dirasakan seseorang untuk melakukan aktivitas apapun tanpa ada rasa kekhawatiran dan ketakutan. Keamanan adalah keadaan bebas dari bahaya. Istilah ini bisa digunakan dengan hubungan kepada kejahatan, segala bentuk kecelakaan, dan lain-lain.

Adapun indikator dari keamanan antara lain (Engriani, 2015):

a. Tindak kejahatan

Tindak kejahatan yang diartikan sebagai segala tindakan yang disengaja atau tidak yang dapat merugikan orang lain dalam hal fisik maupun jiwa.

b. Kekerasan

Kekerasan adalah tindakan atau pelanggaran yang menyebabkan penderitaan atau menyakiti orang lain, dan hingga batas tertentu.

c. Terserang penyakit

Terserang penyakit ini bisa muncul dari lingkungan umum atau karena dalam diri pelanggan tersebut.

d. Gangguan

Masyarakat dimaksudkan sebagai gangguan yang timbul akibat pemaksaan oleh pedagang asongan, tangan jail, ucapan dan tindakan serta perilaku yang tidak bersahabat.

## 2.2 Penelitian Yang Relevan

Penelitian mengenai pengaruh *e-service quality*, kemudahan penggunaan *vending machine* dan keamanan terhadap kepuasan pelanggan Kereta Rel Listrik (KRL) Yogyakarta-Palur untuk memperkuat peneliti mengambil beberapa literatur penelitian terdahulu yang relevan.

Tabel 2.1  
Penelitian yang Relevan

No	Penulis dan Tahun	Judul	Metode	Hasil Penelitian
1	Firdha Fany Ardi, Iis Mariam dan Ni Made Widhi (2016)	“Pengaruh Kualitas Pelayanan Pada Fasilitas dan Petugas <i>Commuter Line Ticket Vending Machine (C-VIM)</i> terhadap Kepuasan Konsumen PT KAI <i>Commuter</i> Jabodetabek di Stasiun Pondok Cina”	Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Penelitian ini adalah menguji dan menunjukkan pengaruh antar variabel menggunakan teknik analisis data statistik.	Hasil penelitian adalah kualitas pelayanan pada fasilitas petugas <i>Commuter Line Ticket Vending Machine (C-VIM)</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen PT KAI <i>Commuter</i> Jabodetabek di Stasiun Pondok Cina. Hal ini kualitas pelayanan pada fasilitas dan petugas <i>Commuter Line Ticket Vending Machine (C-VIM)</i> ditingkatkan makan meningkatnya

				kepuasan konsumen di Satasiun Pondok Cina.
2	Emmywati (2016)	Pengaruh Kualitas Layanan yang terdiri dari Kenyamanan, Keamanan, Kemudahan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen pada Galeri Seni dan Pusat Meditation Ponorogo Jawa Timur	Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 85 responden, teknik pengambilan sampel ditentukan dengan <i>Convenience Sampling</i> . Alat analisis yang digunakan adalah analisis uji regresi linear berganda menggunakan program SPSS versi 17 <i>for windows</i> .	Hasil penelitian berdasarkan uji t dan uji f menunjukkan bahwa kualitas kenyamanan dan keamanan berpengaruh paling signifikan terhadap kepuasan konsumen.
3	Dahlia Br Ginting dan Andre Nugraha (2019)	Analisis Pengaruh Citra Merek, Promosi, Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Kualitas Sistem, dan Kualitas Informasi terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Sakuku BCA	Teknik pengambilan sampel menggunakan <i>non-probability sampling</i> dengan metode <i>Convenience sampling</i> dengan jumlah sampel sebanyak 310 responden.	Hasil uji t menunjukkan bahwa citra merek, promosi, kemudahan penggunaan dan kualitas informasi berpengaruh signifikan secara individu terhadap kepuasan pengguna sakuku BCA, sedangkan persepsi manfaat dan kualitas sistem tidak berpengaruh signifikan secara individu terhadap kepuasan pengguna sakuku BCA. Hasil uji F menunjukkan bahwa model fit serta variabel citra merek, promosi, persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, kualitas

				sistem dan kualitas informasi secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna aplikasi BCA sakuku.
4	Monica Tiara, Erlina Rufaidah dan Yon Rizal (2020)	“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Pengalaman Pelanggan dan Kemudahan Penggunaan terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa J&T (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan IPS FKIP Unila Angkatan tahun 2016”	Metode yang digunakan adalah <i>deskriptif verifikatif</i> dengan pendekatan <i>ex post facto</i> dan survei menggunakan teknik <i>nonprobability sampling</i> dengan <i>purposive sampling</i> .	Hasil penelitian ini terdapat pengaruh yang positif antara kualitas pelayanan, pengalaman pelanggan dan persepsi kemudahan penggunaan jasa J&T terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dapat diartikan semakin meningkatnya kualitas pelayanan, pengalaman pelanggan yang baik, serta kemudahan penggunaan maka pelanggan jasa J&T akan merasa kepuasan.
5	M. Denaldi Danial Akhmadi dan Erni Martini (2020)	Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Aplikasi OVO	Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>E-Service Quality</i> berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan aplikasi OVO. Serta kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan aplikasi OVO.
6	Gilang Prakoso dan Endang Sugiharti (2020)	“Pengaruh Kepercayaan, Keamanan dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus	Pendekatan kuantitatif, yang dianalisis dengan pendekatan survei yaitu pengumpulan data dan penilaian	Hasil penelitian membuktikan bahwa kepercayaan, keamanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap

		pada Pengguna <i>E-Commerce</i> di Wilayah Jakarta Pusat)”	responden dengan menggunakan kuesioner dan menggunakan <i>software smart PLS 3.0</i> .	kepuasan konsumen pengguna e-commerce di Wilayah Jakarta Pusat. Hal ini di artikan bahwa kepercayaan kepada konsumen tidak lagi mempertimbangkan hal buruk yang dialami sangat melakukan transaksi. Konsumen tidak lagi khawatir mengenai keamanan proses transaksi maupun keamanan data pribadi. Sedangkan persepsi harga pada e-commerce pelanggan ingin harga yang ditawarkan dari setiap produk atau jasa yang diberikan sesuai dengan kualitas produk yang dibutuhkan konsumen.
7	Chusnah dan Khairunnisa Tri Indriana (2020)	Pengaruh Kemudahan dan Keamanan terhadap Kepuasan Konsumen Fintech (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Dana)	Teknik pengampilan sampel yang digunakan <i>non probability sampling</i> .	Hasil penelitian ini secara parsial kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Keamanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
8	Saskia Firdha Aurelia Putri dan Novi Marlina (2021)	Pengaruh <i>E-Service Quality</i> dan <i>E-Trust</i> terhadap Kepuasan Konsumen	Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif, dengan teknik pengambilan	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel <i>e-service quality</i> berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan

			<p>sampel yaitu <i>non-probability sampling</i>. Teknik analisis data dalam penelitian menggunakan analisis regresi linear berganda yang diolah menggunakan SPSS 25.</p>	<p>pelanggan. Variabel <i>e-trust</i> berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.</p>
9	Nadia Wulansari dan Dwi Pratiwi Wulandari (2021)	<p>“Pengaruh <i>E-service Quality</i> terhadap Kepuasan Tamu Menginap di <i>Oyorooms</i> Kota Bukit Tinggi”</p>	<p>Metode yang digunakan adalah teknik pengambilan secara insidental. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana.</p>	<p>Hasil penelitian ini adalah adanya pengaruh <i>e-service quality</i> terhadap kepuasan pelanggan. Menunjukkan angka 3,92 yang artinya <i>e-service quality</i> tamu memiliki layanan online yang baik.</p>
10	Mu’minatus Fitriati Firdaus dan Ditiya Himawati (2022)	<p>Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Kualitas Layanan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Kepuasan Konsumen E-Commerce Shopee di Kota Depok</p>	<p>Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik <i>purposive sampling</i> sedangkan jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Data primer dalam penelitian ini, dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linier berganda</p>	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi harga, persepsi kualitas layanan dan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan konsumen <i>e-commerce</i> Shopee di Kota Depok. Persepsi kualitas layanan merupakan variabel yang paling dominan pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen <i>e-commerce</i> Shopee di Kota Depok.</p>

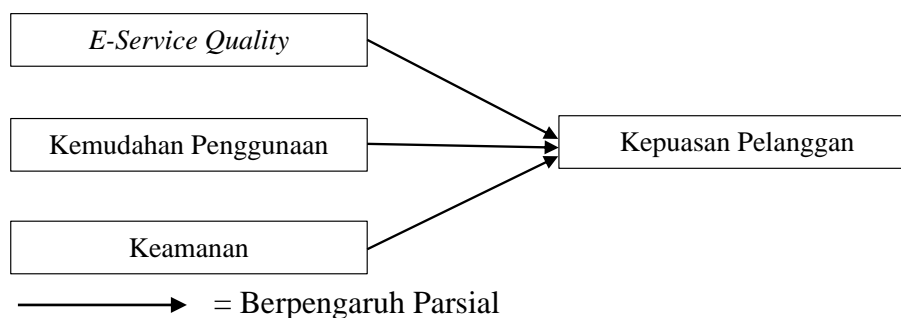
11	Ibnu Cahyo Ramadhan dan Tia Chisca Anggraeni (2022)	“Pengaruh Promosi, Keamanan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Shopee”	Penelitian ini menggunakan data primer. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner <i>online</i> pada 100 responden yaitu Mahasiswa/i Universitas Gunadarma Kalimantan Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Angkatan 2019.	Hasil penelitian adalah bahwa keamanan tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan. Hasil tersebut membuktikan bahwa konsumen ragu bahwa Shopee dapat menjamin data pribadi yang mereka berikan. Sedangkan promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini promosi membuktikan bahwa pelanggan tertarik promosi yang diberikan oleh Shopee. Kualitas pelayanan membuktikan bahwa pelanggan membutuhkan pelayanan baik dalam kemudahan menggunakan aplikasi atau memilih produk.
12	Friska Nia Audina (2022)	“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Keamanan terhadap Kepuasan Pengguna Jasa di UPBU Rahadi Oesman Ketapang”	Metode kuantitatif merupakan metode yang diterapkan pada penelitian ini. Penelitian ini mempunyai sampel sebanyak 100 responden.	Hasil penelitian adalah kualitas pelayanan dan fasilitas keamanan didapatkan dalam uji T dan uji F berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna jasa di UPBU Rahadi Oesman Ketapang. Semakin baik pelayanan yang disediakan oleh petugas Bandara kepada pengguna jasa maka kepuasan pelanggan pengguna jasa akan merasakan



				kepuasan, kenyamanan atas pelayanan yang diberikan. Maka dari itu pengguna jasa dapat datang kembali untuk menggunakan jasa dari Bandara Udara Rahadi Oesman Ketapang.
13	Khansa Qurratu'aini Salsabila dan Devilia Sari (2022)	“Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap Kepuasan Pelanggan pada Layanan Shopee Food”	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif jenis penelitian deskriptif. Teknik <i>sampling</i> menggunakan Teknik <i>nonprobability sampling</i> .	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa <i>e-service quality</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada layanan Shoppe Food.

### 2.3 Kerangka Penelitian

Penelitian ini memiliki kerangka berfikir, maka hubungan antara *e-service quality*, kemudahan penggunaan *vending machine* dan keamanan terhadap kepuasan pelanggan seperti gambar 2.2 di bawah ini:



Gambar 2.2  
Kerangka Berfikir

## 2.4 Pengembangan Hipotesa

Hipotesis merupakan kesimpulan teoritis yang masih harus dibuktikan kebenarannya melalui analisis terhadap bukti-bukti empiris. Hasil akhir dari hipotesis adalah benar atau salah maupun diterima atau ditolak (Syafina & Harahap, 2019).

Berdasarkan kerangka di atas penelitian ini memiliki variabel independen yaitu *e-service quality*, kemudahan penggunaan dan keamanan. Sedangkan variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan. Hipotesis sementara penelitian ini sebagai berikut:

1. Pengaruh *E-service Quality* terhadap Kepuasan Pelanggan (H1)

Menurut penelitian oleh Juhria et al., (2021), menunjukkan bahwa variabel *e-service quality* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Menurut Chesanti & Setyorini (2018), menghasilkan bahwa variabel *e-service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Menurut Akmadi & Martini (2020), menghasilkan bahwa variabel *e-service quality* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Serta menurut Putri & Marlina (2021), menghasilkan bahwa variabel *e-service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, berdasarkan referensi hasil tersebut hipotesis pada penelitian ini adalah:

H1: *E-service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

2. Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Kepuasan Pelanggan (H2)

Menurut penelitian oleh Haqiqi et al., (2020), menunjukkan bahwa kemudahan memperoleh hasil positif dan signifikan terhadap kepuasan. Menurut Tiara et al., (2020), menghasilkan bahwa variabel kemudahan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Menurut Firdaus & Himawati (2022), menunjukkan bahwa variabel kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Serta menurut Ginting & Nugraha (2019), menghasilkan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, berdasarkan referensi hasil tersebut hipotesis pada penelitian ini adalah:

H2: Kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

3. Pengaruh Keamanan terhadap Kepuasan Pelanggan (H3)

Menurut penelitian oleh Masiaga et al., (2022), menunjukkan bahwa keamanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Menurut Nia (2022), menghasilkan bahwa keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna. Menurut Chusnah & Indriana (2020), menghasilkan bahwa keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Serta menurut Emmywati (2016), menghasilkan bahwa keamanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, berdasarkan referensi hasil tersebut hipotesis pada penelitian ini adalah:

H3: Keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **3.1 Jenis Penelitian**

Metode kuantitatif yang digunakan pada penelitian ini. Metode kuantitatif adalah metode yang didasarkan kaidah-kaidah ilmiah yaitu empiris, objektif, terukur, rasional dan sistematis. Metode kuantitatif juga disebut metode *discovery*, karena ditemukan dan dikembangkan dengan iptek baru. Metode kuantitatif ini berupa angka-angka dan analisis sehingga menggunakan statistik (Sugiyono, 2016).

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *e-service quality*, kemudahan penggunaan *vending machine* dan keamanan terhadap kepuasan pelanggan Kereta Rel Listrik (KRL) Yogyakarta-Palur. Pengumpulan data dengan cara menyebarkan kuesioner pada pelanggan jasa Kereta Rel Listrik (KRL) Yogyakarta-Palur.

### **3.2 Tempat dan Waktu Penelitian**

Tempat penelitian adalah Kereta Rel Listrik (KRL) Yogyakarta-Palur. Waktu peneliti menyusun skripsi pada bulan September 2022 hingga April 2023.

### **3.3 Populasi dan Sampel**

#### **3.3.1 Populasi**

Populasi ini jumlah subjek secara keseluruhan yang akan diteliti. Wilayah populasi mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang terdiri dari objek atau subjek. Karakteristik penelitian ini ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016).

Populasi penelitian ini yaitu pelanggan jasa Kereta Rel Listrik (KRL) Yogyakarta-Palur . Populasi penelitian ini secara pasti belum diketahui sehingga

populasi ini bersifat *infinite*. Pelanggan jasa Kereta Rel Listrik (KRL) Yogyakarta-Palur jumlahnya tidak diketahui sehingga jumlah populasi yang digunakan populasi tak terhingga.

### 3.3.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi. Sampel ini diambil berdasarkan populasi yang benar-benar *representative* atau mewakili (Sugiyono, 2016).

Pada penelitian ini jumlah populasi tidak diketahui secara pasti. Peneliti menggunakan rumus Lemeshow yaitu (Swarjana, 2022):

$$n = \frac{z_{1-\alpha/2}^2 \times \sigma^2}{d^2}$$

Keterangan:

$n$  = jumlah sampel

$z_{1-\alpha/2}^2$  =  $z$  statistic untuk level kepercayaan (*level of confidence*)

pada  $\alpha$  5% atau 0,05 adalah 1,96

$\sigma$  = estimasi standar deviasi

$d$  = presisi (ditetapkan oleh peneliti)

Perhitungan rumus di atas, maka  $n = \frac{z_{1-\alpha/2}^2 \times \sigma^2}{d^2}$

$$n = \frac{1,96^2 \times 10^2}{2^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \times 100}{4}$$

$n = 96,04$  dibulatkan menjadi 100 sampel

Berdasarkan perhitungan rumus di atas, maka peneliti menggunakan sampel sebanyak 100 responden.

### 3.4 Teknik Pengambilan Sampel

Pengambilan sampel memiliki aturan dari teknik tersebut diharapkan dapat mewakili populasi (Sugiyono, 2016). Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *non probability sampling*. Metode *non probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dengan cara tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur populasi yang dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2016).

Penarikan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini dengan *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Berdasarkan ciri-ciri yang spesifik sesuai dengan masalah penelitian (Syafina & Harahap, 2019).

Kriteria sampel pada penelitian ini sebagai berikut:

- a. Responden laki-laki atau perempuan minimal 15 tahun.
- b. Responden pernah melakukan pengguna jasa Kereta Rel Listrik (KRL) Yogyakarta-Palur minimal 3 kali.

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data kuesioner. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2016). Pada penelitian ini kuesioner yang diberikan kepada responden bersifat kuesioner terbuka melalui *google form*.

Skala kuesioner yang digunakan yaitu skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang

terhadap fenomena sosial. Ada lima kategori bobot dalam skala *likert* yaitu (Sugiyono, 2016):

Tabel 3.1  
Skala *likert*

No	Keterangan	Singkatan	Bobot
1	Sangat Setuju	SS	5
2	Setuju	ST	4
3	Netral	N	3
4	Tidak Setuju	TS	2
5	Sangat Tidak Setuju	STS	1

### 3.6 Variabel Penelitian

Variabel adalah hal yang bisa diukur atau diamati berkaitan dengan fenomena. Variabel mempunyai suatu hubungan antara variabel ditemukan berbagai jenis variabel. Hubungan variabel bersifat mutlak dalam penelitian kuantitatif (Sugiyono, 2016).

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan 2 variabel yaitu (Sugiyono, 2016):

a. Variabel terikat/dependen

Variabel terikat adalah variabel yang bisa mempengaruhi variabel independen. Variabel terikat ini keberadaannya menjadi suatu akibat dengan adanya variabel bebas. Variabel terikat pada penelitian ini adalah kepuasan pelanggan (Y).

b. Variabel bebas/independen

Variabel bebas merupakan variabel yang tidak dipengaruhi oleh variabel-variabel melainkan variabel terikat. Variabel bebas didapatkan dari fenomena untuk menjelaskan variabel dependen. Variabel memiliki hubungan kausal karena menyebabkan terjadinya perubahan terhadap variabel lain. Variabel independen penelitian ini antara lain :

- 1). *E-service quality* (X1)
- 2). Kemudahan penggunaan (X2)
- 3). Keamanan (X3)

### 3.7 Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.2  
Definisi Operasional Variabel

No	Jenis Variabel	Definisi	Indikator
Variabel Terikat/ <i>Dependen</i> (Y)			
1	Kepuasan Pelanggan	Kepuasan pelanggan merupakan perasaan pelanggan yang muncul karena adanya membandingkan harapan terhadap realita yang di terima (Chulaifi & Setyowati, 2018).	Indikator kepuasan pelanggan antara lain: a. Harga b. Kualitas produk atau jasa c. Kualitas pelayanan d. Emosional e. Kemudahan (Tjiptono & Chandra, 2011 dalam Priansa, 2017)
Variabel Bebas/ <i>Independen</i> (X)			
1	<i>E-Service Quality</i>	<i>E-service quality</i> memiliki peranan penting dalam mempertahankan kebiasaan bisnis kepada konsumen di lingkungan <i>e-commerce</i> . <i>E-service quality</i> sebagai layanan elektronik harus mampu memenuhi kebutuhan konsumen secara efisien (Singh, 2019).	Indikator <i>e-service quality</i> antara lain: a. Responsiveness b. Akses c. Fleksibilitas d. Privasi e. Estetika (Parasuraman et al., 2005)



2	Kemudahan Penggunaan	Kemudahan diartikan pada saat seseorang menggunakan teknologi dapat dipercaya bahwa akan bebas dari usaha (Hartono, 2008).	Indikator kemudahan penggunaan antara lain: a. Kemudahan mempelajari b. Mudah dimengerti c. Mudah digunakan d. Menambah keterampilan (Sun & Zhang, 2006)
3	Keamanan	Keamanan dapat diartikan bebas dari bahaya, resiko, dan keragu-raguan, memberi rasa nyaman dan membebaskan dari segala resiko atau keragu-raguan (Engriani, 2015).	Indikator keamanan antara lain: a. Tindak kejahatan b. Kekerasan c. Terserang penyakit d. Gangguan (Engriani, 2015)

### 3.8 Analisis Data

Analisis data adalah langkah dalam menentukan suatu penelitian fungsi analisis data untuk menyimpulkan hasil penelitian (Syafina & Harahap, 2019). Penelitian ini menggunakan alat bantu SPSS versi 26. Ada beberapa tahapan teknik analisis data yang digunakan antara lain:

#### 3.8.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul. Analisis dapat disajikan dalam bentuk diagram, skema, tabel grafik dan lainnya (Sugiyono, 2016).

#### 3.8.2 Uji Instrumen Penelitian

Uji instrumen penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan mengukur sah atau valid tidaknya kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (Syafina & Harahap, 2019). Suatu instrumen dikatakan valid atau tidak dilihat dari nilai  $r_{tabel}$  pada signifikansi  $< 0,05$  untuk *degree of freedom* ( $df$ ) =  $n-2$ .

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan pengukuran yang dilakukan pada pernyataan yang telah valid. Pengujian ini menggunakan koefisien *cronbach's alpha*. Suatu kuesioner dapat dikatakan *reliable* jika *cronbach's alpha*  $> 0,60$  (Syafina & Harahap, 2019).

### 3.8.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan model analisis berupa regresi linear *Ordinary Least Square* terdapat masalah-masalah asumsi klasik. Uji asumsi klasik memiliki beberapa uji diantaranya:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah model regresi yang memiliki distribusi normal dengan variabel pengganggu atau residual (Gudono, 2012). Uji normalitas menggunakan statistik dengan uji *Kolmogorov-Smirnov*. kriteria uji normalitas nilai signifikansi atau probabilitas  $> 0,05$  data berdistribusi normal. Sedangkan jika nilai signifikansi  $< 0,05$  data berdistribusi tidak normal (Syafina & Harahap, 2019).

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan dengan tujuan menguji model regresi dengan ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi bisa dikatakan yang baik pengukuran harus tidak terjadi korelasi antara variabel bebas (independen) (Gudono, 2012).

Uji multikolinieritas dilihat pada nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Nilai *tolerance*  $> 0,10$  dan  $VIF < 10$  diartikan tidak terjadi multikolinieritas. Sebaliknya nilai *tolerance*  $< 0,10$  dan  $VIF > 10$  diartikan terjadi multikolinieritas (Syafina & Harahap, 2019).

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan apakah model regresi yang digunakan terjadi ketidaksamaan varian dari residual. Model regresi dikatakan baik jika tidak terjadi heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas diuji menggunakan uji gletser berdasarkan nilai signifikansi tingkat kepercayaan 5% atau  $> 0,05$  (Gudono, 2012).

Mengidentifikasi uji heteroskedastisitas dapat menggunakan metode *scatter plot* dengan nilai ZPRED (nilai prediksi) dengan SRESID (nilai residual). Model yang baik jika tidak membentuk pola tertentu, menyempit kemudian melebar atau sebaliknya (Syafina & Harahap, 2019).

### 3.8.4 Uji Ketepatan Model

a. Uji F

Uji yang digunakan untuk kelayakan model. Model yang dapat digunakan untuk mengestimasi populasi. Model dikatakan layak berdasarkan  $f_{hitung} > f_{tabel}$  dan nilai dari signifikansi  $> 0,05$ . Mengetahui nilai  $f_{tabel}$  menggunakan rumus sebagai berikut (Gani & Amalia, 2014):

Rumus:  $df1 = k-n$

$df2 = n-k$

Keterangan:

$n$  = jumlah sampel

$k$  = jumlah variabel independen (X) + variabel dependen (Y)

b. Uji Koefisien Determinasi (Adjusted  $R^2$ )

Uji koefisien determinasi digunakan mengukur kemampuan model dengan menerangkan variabel terikat. Nilai koefisien yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas (Kuncoro, 2013). Koefisien determinasi dalam pedoman memberikan interpretasi sebagai berikut (Gani & Amalia, 2014):

Tabel 3.3

Pedoman Interpretasi Koefisien Determinasi

Proporsi Koefisien	Keterangan
0%-19,99%	Sangat rendah
20%-39,99%	Rendah
40%-59,99%	Sedang
60%-79,99%	Kuat
80%-100%	Sangat kuat

### 3.8.5 Uji Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda ini digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Uji regresi, selain mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen (Gudono, 2012).

Penelitian ini menggunakan model analisis regresi linear berganda yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b1.X1 + b2.X2 + b3.X3$$

Keterangan:

Y = Kepuasan pelanggan

$\alpha$  = Konstanta

b1 = Koefisien regresi *e-service quality*

X1 = *E-service quality*

b2 = Koefisien regresi kemudahan penggunaan

X2 = Kemudahan penggunaan

b3 = Koefisien regresi keamanan

X3 = Keamanan

### 3.8.6 Uji Hipotesis

#### a. Uji T

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Apabila nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan jika signifikansi  $< 0,05$  maka H1 diterima dan H0 ditolak, sebaliknya apabila nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dan jika signifikansi  $> 0,05$ , maka H1 ditolak dan H0 diterima

(Gani & Amalia, 2014). Mengetahui nilai  $t_{\text{tabel}}$  menggunakan rumus sebagai berikut (Gani & Amalia, 2014):

Rumus:  $df = n - k - 1$

Keterangan:

$n$  = jumlah sampel

$k$  = jumlah variabel independen (X)

## **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **4.1 Gambaran Umum Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *e-service quality*, kemudahan penggunaan, dan keamanan terhadap kepuasan pelanggan. Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah pelanggan pengguna Kereta Rel Listrik (KRL) Yogyakarta-Palur. Teknik pengambilan sampel penelitian ini menggunakan *purposive sampling* yaitu metode pengambilan sampel dengan pertimbangan sampel yang layak. Jumlah sampel yang digunakan 100 responden, dengan kriteria berjenis kelamin laki-laki dan perempuan dengan usia minimal 15 tahun dan sudah melakukan penggunaan Kereta Rel Listrik (KRL) Yogyakarta-Palur minimal 3 kali.

### **4.2 Pengujian dan Hasil Analisis Data**

#### **4.2.1 Karakteristik Responden**

- a. Deskripsi Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1  
Jumlah Responden berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase (%)
1	Laki-Laki	31	31%
2	Perempuan	69	69%
Total		100	100%

Sumber: Data Primer diolah dengan SPSS 26

Berdasarkan tabel 4.1 karakteristik jenis kelamin di atas, dapat diketahui bahwa mayoritas responden jenis kelamin perempuan dengan jumlah 69 responden atau 69% dari total responden. Sedangkan responden berjenis kelamin laki-laki berjumlah 31 responden atau 31% dari total responden.

## b. Deskripsi Karakteristik Responden berdasarkan Usia

Tabel 4.2  
Jumlah Responden berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Presentase (%)
1	15-21 tahun	30	30%
2	21-30 tahun	48	48%
3	31-50 tahun	22	22%
Total		100	100%

Sumber: Data Primer diolah dengan SPSS 26

Berdasarkan tabel 4.2 karakteristik usia responden di atas, dapat diketahui bahwa responden dengan jumlah terbanyak merupakan responden dengan usia 21-30 tahun yaitu sebanyak 48 responden atau 48%, usia 15-21 tahun yaitu sebanyak 30 responden atau 30%, sedangkan usia 31-50 tahun yaitu sebanyak 22 responden atau 22%.

## c. Deskripsi Karakteristik Responden berdasarkan Asal Kota

Tabel 4.3  
Jumlah Responden berdasarkan Asal Kota

No	Asal Kota	Jumlah	Presentase (%)
1	Klaten	21	21%
2	Yogyakarta	12	12%
3	Sragen	5	5%
4	Kulonprogo	4	4%
5	Sukoharjo	13	13%
6	Solo	11	11%
7	Surakarta	8	8%
8	Karanganyar	10	10%
9	Sleman	10	10%
10	Boyolali	4	4%
11	Bantul	2	2%
Total		100	100%

Sumber: Data Primer diolah dengan SPSS 26

Berdasarkan tabel 4.3 karakteristik asal kota responden di atas, dapat diketahui bahwa responden dengan jumlah terbanyak merupakan responden asal kota Klaten yaitu sebanyak 21 responden atau 21%, asal kota Sukoharjo



yaitu sebanyak 13 responden atau 13%, asal kota Yogyakarta yaitu sebanyak 12 responden atau 12%, asal kota Solo yaitu sebanyak 11 responden atau 11%, asal kota Karanganyar dan Sleman yaitu sebanyak 10 responden atau 10%, asal kota Surakarta yaitu sebanyak 8 responden atau 8%, asal kota Sragen yaitu sebanyak 5 responden atau 5%, asal kota Kulonprogo dan Boyolali yaitu sebanyak 4 responden atau 4%, dan asal kota Bantul yaitu sebanyak 2 responden atau 2%.

#### 4.2.2 Analisis Deskriptif

Pada analisis deskriptif meliputi nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata (mean) dan nilai simpangan baku (standar deviasi) dari keseluruhan variabel antara lain *e-service quality* (X1), kemudahan penggunaan (X2), keamanan (X3) dan kepuasan pelanggan (Y). Berikut hasil dari uji deskriptif di bawah ini:

Tabel 4.4  
Hasil Uji Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
<i>E-service Quality</i>	100	14	25	21.59	2.671
Kemudahan Penggunaan	100	12	20	16.22	2.377
Keamanan	100	16	40	33.59	5.388
Kepuasan Pelanggan	100	28	50	43.10	6.188
Valid N (listwise)	100				

Sumber: Data Primer diolah dengan SPSS 26

Berdasarkan tabel 4.4 hasil uji deskriptif di atas, menunjukkan bahwa data *e-service quality* berjumlah 100 dengan nilai terendah (minimum) sebesar 14, nilai tertinggi (maximum) sebesar 15, nilai rata-rata (mean) sebesar 21,59, dan nilai standar deviasi sebesar 2,671. Data kemudahan penggunaan berjumlah 100 dengan nilai terendah (minimum) sebesar 12, nilai tertinggi (maximum) sebesar 20, nilai rata-rata (mean) sebesar 16,22, dan nilai standar deviasi sebesar 2,377. Data

keamanan berjumlah 100 dengan nilai terendah (minimum) sebesar 16, nilai tertinggi (maximum) sebesar 40, nilai rata-rata (mean) sebesar 33,59, dan nilai standar deviasi sebesar 5,388. Data kepuasan pelanggan berjumlah 100 dengan nilai terendah (minimum) sebesar 28, nilai tertinggi (maximum) sebesar 50, nilai rata-rata (mean) sebesar 43,10 dan nilai standar deviasi sebesar 6,188.

Analisis statistik deskriptif untuk masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

a. Analisis Deskriptif Variabel *E-Service Quality*

Tabel 4.5  
Hasil Deskriptif Variabel *E-service Quality*

No	Pernyataan	Rata-Rata Skor Per Item
1	<i>E-ticketing</i> dapat membantu bertransaksi untuk pembelian tiket secara elektronik dibandingkan alat transaksi yang lainnya	4.38
2	<i>E-ticketing</i> dapat memudahkan pelanggan tanpa harus mengantri di loket konvensional	4.46
3	<i>E-ticketing</i> mudah digunakan untuk bertransaksi tanpa harus membawa uang tunai	4.36
4	<i>E-ticketing</i> aman digunakan oleh pelanggan karena dapat menjaga privasi data pribadi	4.28
5	Desain <i>E-ticketing</i> sangat menarik pelanggan	4.11
Total Skor Rata-Rata		4.31

Sumber: Data Primer diolah dengan SPSS 26

Berdasarkan tabel 4.5 hasil deskriptif variabel *e-service quality*, dapat diketahui bahwa rata-rata skor dari kelima indikator yang digunakan dalam penelitian untuk mengukur variabel *e-service quality* sebesar 4,31. Item pernyataan yang memiliki skor tertinggi adalah pernyataan nomor dua yaitu “*e-ticketing* dapat memudahkan pelanggan tanpa harus mengantri di loket

kovensional” dengan nilai rata-rata skor sebesar 4,46. Sedangkan item pernyataan yang memiliki skor terendah pernyataan nomor lima yaitu “desain *e-ticketing* sangat menarik pelanggan” dengan nilai rata-rata skor sebesar 4,11.

b. Analisis Deskriptif Variabel Kemudahan Penggunaan

Tabel 4.6  
Hasil Deskriptif Variabel Kemudahan Penggunaan

No	Pernyataan	Rata-Rata Skor Per Item
1	Pelanggan dapat mudah mempelajari fasilitas <i>vending machine</i> dan beberapa fitur didalamnya	3.97
2	Menu yang terdapat dalam fasilitas <i>vending machine</i> sangat jelas dan tidak membingungkan	4.00
3	Fasilitas <i>vending machine</i> mudah digunakan oleh pelanggan dalam top up saldo	4.21
4	Kemudahan pengoperasian membuat pelanggan lebih terampil dalam menggunakan fasilitas <i>vending machine</i>	4.04
Total Skor Rata-Rata		4.05

Sumber: Data Primer diolah dengan SPSS 26

Berdasarkan tabel 4.6 hasil deskriptif variabel kemudahan penggunaan, dapat diketahui bahwa rata-rata skor dari keempat indikator yang digunakan dalam penelitian untuk mengukur variabel kemudahan penggunaan sebesar 4,05. Item pernyataan yang memiliki skor tertinggi adalah pernyataan nomor tiga yaitu “fasilitas *vending machine* mudah digunakan oleh pelanggan dalam top up saldo” dengan nilai rata-rata skor sebesar 4,21. Sedangkan item pernyataan yang memiliki skor terendah pernyataan nomor satu yaitu “pelanggan dapat mudah mempelajari fasilitas *vending machine* dan beberapa fitur didalamnya” dengan nilai rata-rata skor sebesar 3,97.

c. Analisis Deskriptif Variabel Keamanan

Tabel 4.7  
Hasil Deskriptif Variabel Keamanan

No	Pernyataan	Rata-Rata Skor Per Item
1	Saya tidak menjumpai Kereta Rel Listrik (KRL) Yogyakarta-Palur di dalamnya mengenai peristiwa dorong mendorong antar pelanggan	4.00
2	Fenomena kekerasan seksual tidak saya jumpai di dalam Kereta Rel Listrik (KRL) Yogyakarta-Palur	4.14
3	Keselamatan jiwa saya dari berbagai bentuk tindak kejahatan lebih terjaga ketika menggunakan KRL Yogyakarta-Palur	4.15
4	Saya tidak menjumpai Kereta Rel Listrik (KRL) Yogyakarta-Palur di dalamnya kejadian kekerasan seperti pukul memukul	4.23
5	Petugas Kereta Rel Listrik (KRL) Yogyakarta-Palur senantiasa mengingatkan pengguna untuk disiplin menjalankan protokol kesehatan agar tidak mudah terserang Covid-19	4.40
6	Kereta Rel Listrik (KRL) Yogyakarta-Palur dapat meminimalisir gangguan kemacetan dan polusi udara	4.44
7	Tingkat resiko terhadap gangguan penyakit dalam menggunakan Kereta Rel Listrik (KRL) Yogyakarta-Palur sangat rendah karena bahan bakarnya terbuat dari non-fosil	4.12
8	Saya tidak menjumpai fasilitas Kereta Rel Listrik (KRL) Yogyakarta-Palur yang dirusak oleh tangan jail pelanggan	4.11
Total Skor Rata-Rata		4.19

Sumber: Data Primer diolah dengan SPSS 26

Berdasarkan tabel 4.7 hasil deskriptif variabel keamanan, dapat diketahui bahwa rata-rata skor dari keempat indikator yang digunakan dalam penelitian untuk mengukur variabel keamanan sebesar 4,19. Item pernyataan yang

memiliki skor tertinggi adalah pernyataan nomor enam yaitu “Kereta Rel Listrik (KRL) Yogyakarta-Palur dapat meminimalisir gangguan kemacetan dan polusi udara” dengan nilai rata-rata skor sebesar 4,40. Sedangkan item pernyataan yang memiliki skor terendah pernyataan nomor satu yaitu “saya tidak menjumpai Kereta Rel Listrik (KRL) Yogyakarta-Palur di dalamnya mengenai peristiwa dorong mendorong antar pelanggan” dengan nilai rata-rata skor sebesar 4,00.

d. Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan

Tabel 4.8  
Hasil Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan

No	Pernyataan	Rata-Rata Skor Per Item
1	Saya merasa puas menggunakan Kereta Rel Listrik (KRL) Yogyakarta-Palur karena harga tiketnya terjangkau	4.39
2	Saya merasa puas karena semua pelanggan Kereta Rel Listrik (KRL) Yogyakarta-Palur diperlakukan sama dengan harga ditetapkan	4.38
3	Saya merasa puas dengan ketepatan waktu keberangkatan dan kedatangan Kereta Rel Listrik (KRL) Yogyakarta-Palur	4.26
4	Saya merasa puas dengan jumlah gerbong dan kursi yang di sediakan Kereta Rel Listrik (KRL) Yogyakarta-Palur	4.08
5	Saya merasa puas dengan pelayanan <i>e-ticketing</i> karena tidak memiliki masa kadaluwarsa dan dapat dipindah tangankan	4.32
6	Saya merasa puas karena pelayanan <i>e-ticketing</i> dapat memudahkan pelanggan tanpa harus mengantri di loket konvensional	4.36
7	Saya merasa puas dengan keamanan dalam menggunakan Kereta Rel Listrik (KRL) Yogyakarta-Palur	4.37

8	Saya merasa puas dalam menggunakan Kereta Rel Listrik (KRL) Yogyakarta-Palur karena tingkat polusi udara rendah	4.43
9	Saya merasa puas dengan kemudahan fasilitas <i>vending machine</i> dalam top up saldo	4.27
10	Saya merasa puas dengan fitur <i>vending machine</i> yang mudah dimengerti	4.24
Total Skor Rata-Rata		4.31

Sumber: Data Primer diolah dengan SPSS 26

Berdasarkan tabel 4.8 hasil deskriptif variabel kepuasan pelanggan, dapat diketahui bahwa rata-rata skor dari kelima indikator yang digunakan dalam penelitian untuk mengukur variabel keamanan sebesar 4,31. Item pernyataan yang memiliki skor tertinggi adalah pernyataan nomor delapan yaitu “Saya merasa puas dalam menggunakan Kereta Rel Listrik (KRL) Yogyakarta-Palur karena tingkat polusi udara rendah” dengan nilai rata-rata skor sebesar 4,43. Sedangkan item pernyataan yang memiliki skor terendah pernyataan nomor empat yaitu “saya merasa puas dengan jumlah gerbong dan kursi yang di sediakan Kereta Rel Listrik (KRL) Yogyakarta-Palur” dengan nilai rata-rata skor sebesar 4,08.

#### 4.2.3 Uji Instrumen Penelitian

Uji instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

##### a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan mengukur sah atau valid tidaknya kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (Syafina & Harahap, 2019).

Suatu instrumen dikatakan valid atau tidak dilihat dari nilai  $r_{\text{tabel}}$  pada signifikansi  $< 0,05$  untuk *degree of freedom* ( $df$ ) =  $n-2$ .

Jumlah data dalam penelitian ini adalah 100, nilai  $df = 30-2$  adalah 28.

Nilai  $r_{\text{tabel}}$  yang didapat dari signifikansi 0,05 untuk  $df = 28$  adalah 0,374.

Berdasarkan hasil uji validitas untuk masing-masing variabel dengan menggunakan program SPSS 26, hasil sebagai berikut:

Tabel 4.9  
Hasil Uji Validitas *E-Service Quality*

Pernyataan	Signifikansi	$R_{\text{hitung}}$	$R_{\text{tabel}}$	Keterangan
X1.1	0,000	0,798	0,374	Valid
X1.2	0,000	0,739	0,374	Valid
X1.3	0,000	0,813	0,374	Valid
X1.4	0,000	0,866	0,374	Valid
X1.5	0,000	0,647	0,374	Valid

Sumber: Data Primer diolah dengan SPSS 26

Tabel 4.10  
Hasil Uji Validitas Kemudahan Penggunaan

Pernyataan	Signifikansi	$R_{\text{hitung}}$	$R_{\text{tabel}}$	Keterangan
X2.1	0,000	0,704	0,374	Valid
X2.2	0,000	0,928	0,374	Valid
X2.3	0,000	0,905	0,374	Valid
X2.4	0,000	0,928	0,374	Valid

Sumber: Data Primer diolah dengan SPSS 26

Tabel 4.11  
Hasil Uji Validitas Keamanan

Pernyataan	Signifikansi	$R_{\text{hitung}}$	$R_{\text{tabel}}$	Keterangan
X3.1	0,000	0,766	0,374	Valid
X3.2	0,000	0,876	0,374	Valid
X3.3	0,000	0,897	0,374	Valid
X3.4	0,000	0,937	0,374	Valid
X3.5	0,000	0,822	0,374	Valid
X3.6	0,000	0,861	0,374	Valid
X3.7	0,000	0,760	0,374	Valid
X3.8	0,000	0,883	0,374	Valid

Sumber: Data Primer diolah dengan SPSS 26

Tabel 4.12  
Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan

Pernyataan	Signifikansi	R <sub>hitung</sub>	R <sub>tabel</sub>	Keterangan
X4.1	0,000	0,863	0,374	Valid
X4.2	0,000	0,884	0,374	Valid
X4.3	0,000	0,875	0,374	Valid
X4.4	0,000	0,730	0,374	Valid
X4.5	0,000	0,845	0,374	Valid
X4.6	0,000	0,884	0,374	Valid
X4.7	0,000	0,937	0,374	Valid
X4.8	0,000	0,758	0,374	Valid
X4.9	0,000	0,824	0,374	Valid
X4.10	0,000	0,831	0,374	Valid

Sumber: Data Primer diolah dengan SPSS 26

Berdasarkan tabel 4.9 sampai tabel 4.12 di atas, dilakukan uji validitas bahwa  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dapat disimpulkan bahwa pernyataan pada variabel *e-service quality*, kemudahan penggunaan, keamanan dan kepuasan pelanggan menghasilkan nilai signifikansi  $< 0,05$  dan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Sehingga keempat variabel tersebut dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan pengukuran yang dilakukan pada pertanyaan yang telah valid. Pengujian ini menggunakan koefisien *cronbach's alpha*. Suatu kuesioner dapat dikatakan *reliable* jika *cronbach's alpha*  $> 0,60$  (Syafina & Harahap, 2019).

Tabel 4.13  
Hasil Uji Realiabilitas

Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Standar Reliabel	Keterangan
<i>E-Service Quality</i>	0,832	0,60	Reliabel
Kemudahan Penggunaan	0,890	0,60	Reliabel
Keamanan	0,943	0,60	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,953	0,60	Reliabel

Sumber: Data Primer diolah dengan SPSS 26



Berdasarkan tabel 4.13 hasil uji reliabilitas di atas dapat diketahui bahwa keempat variabel yaitu *e-service quality*, kemudahan penggunaan, keamanan dan kepuasan pelanggan memiliki nilai *cronbach alpha* lebih besar dari  $> 0,60$ . *E-service quality* sebesar 0,832, kemudahan penggunaan sebesar 0,890, keamanan sebesar 0,943 dan kepuasan pelanggan sebesar 0,953. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa setiap pernyataan yang mengukur keempat variabel tersebut dapat dikatakan reliabel (handal).

#### 4.2.4 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan model analisis berupa regresi linear *Ordinary Least Square* terdapat masalah-masalah asumsi klasik. Uji asumsi klasik memiliki beberapa uji diantaranya uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas. Uji asumsi klasik menggunakan SPSS 26 dengan hasil pengujian sebagai berikut:

##### a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah model regresi yang memiliki distribusi normal dengan variabel pengganggu atau residual (Gudono, 2012). Uji normalitas menggunakan statistik dengan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Kriteria uji normalitas nilai signifikansi atau probabilitas  $> 0,05$  data berdistribusi normal. Sedangkan jika nilai signifikansi atau probabilitas  $< 0,05$  data berdistribusi tidak normal (Syafina & Harahap, 2019). Berikut merupakan hasil perhitungan uji normalitas pada penelitian ini:

Tabel 4.14  
Hasil Uji Normalitas  
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.07990712
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.084
	Positive	.057
	Negative	-.084
Test Statistic		.084
Asymp. Sig. (2-tailed)		.080 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Data Primer diolah dengan SPSS 26

Berdasarkan tabel 4.14 di atas menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,080 dimana nilai ini lebih besar dari 0,05 atau  $0,080 > 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa data residual telah berdistribusi secara normal. Serta berdasarkan histogram dan p-plot menunjukkan bahwa data sudah ditribusi secara normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan dengan tujuan menguji model regresi dengan ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Uji multikolinieritas dilihat pada nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Nilai *tolerance*  $> 0,10$  dan *VIF*  $< 10$  diartikan tidak terjadi multikolinieritas. Sebaliknya nilai *tolerance*  $< 0,10$  dan *VIF*  $> 10$  diartikan terjadi multikolinieritas (Syafina & Harahap, 2019). Hasil uji multikolinieritas di bawah ini:

Tabel 4.15  
Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	<i>Tolerance</i>	VIF	Keterangan
<i>E-Service Quality</i>	0,479	2,087	Tidak Terjadi Multikolinieritas
Kemudahan Penggunaan	0,332	3,011	Tidak Terjadi Multikolinieritas
Keamanan	0,389	2,570	Tidak Terjadi Multikolinieritas

Sumber: Data Primer diolah dengan SPSS 26

Berdasarkan tabel 4.15 di atas menunjukkan bahwa nilai *tolerance* > 0,10 dan nilai VIF < 10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas dalam model regresi.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan apakah model regresi yang digunakan terjadi ketidaksamaan varian dari residual. Model regresi dikatakan baik jika tidak terjadi heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas diuji menggunakan uji gletser berdasarkan nilai signifikansi tingkat kepercayaan 5% atau > 0,05 (Gudono, 2012). Hasil uji heteroskedastisitas sebagai berikut:

Tabel 4.16  
Hasil Uji Heteroskedastisitas  
Hasil Uji Glejser

*Coefficients<sup>a</sup>*

Variabel	Nilai Signifikansi	Keterangan
<i>E-Service Quality</i>	0,056	Tidak terjadi Heteroskedastisitas
Kemudahan Penggunaan	0,057	Tidak terjadi Heteroskedastisitas
Keamanan	0,089	Tidak terjadi Heteroskedastisitas

Sumber: Data Primer diolah dengan SPSS 26

Berdasarkan tabel 4.16 di atas, dapat dilihat bahwa nilai signifikansi pada setiap variabel. Nilai signifikansi variabel *e-service quality* sebesar 0,056. Variabel kemudahan penggunaan sebesar 0,057 dan variabel keamanan sebesar 0,089. Ketiga variabel tersebut nilai signifikansi > dari 5% atau 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini serta ditunjukkan bahwa dalam scatterplot tidak mengandung adanya heteroskedastisitas.

#### 4.2.5 Uji Ketepatan Model

##### a. Uji F

Uji yang digunakan untuk kelayakan model. Model yang dapat digunakan untuk mengestimasi populasi. Model dikatakan layak berdasarkan  $f_{hitung} > f_{tabel}$  diperoleh nilai dari signifikansi < 0,05 (Gani & Amalia, 2014).

Penelitian ini dalam mengetahui  $f_{tabel}$  menggunakan rumus:

$$df1 = k-1$$

$$df2 = n-k$$

Keterangan:

$n$  = jumlah sampel

$k$  = jumlah variabel independen (X) + variabel dependen (Y)

Perhitungan  $f_{tabel}$  dalam penelitian ini:

$$df1 = k-1$$

$$= 4-1$$

$$= 3$$

$$df2 = n-k$$

$$= 100-4$$

$$= 96$$

Maka  $f_{\text{tabel}}$  kolom 3 pada  $df = 96$  adalah 2,70

Tabel 4.17  
Hasil Uji F  
ANOVA<sup>a</sup>

Model	<i>Sum of Squares</i>	df	<i>Mean Square</i>	F	Sig.
1 Regression	2851.903	3	950.634	97.179	.000 <sup>b</sup>
Residual	939.097	96	9.782		
Total	3791.000	99			

a. *Dependent Variable:* Kepuasan Pelanggan

b. *Predictors:* (Constant), Keamanan, *E-Service Quality*, Kemudahan Penggunaan

Sumber: Data Primer diolah dengan SPSS 26

Berdasarkan tabel 4.17 hasil uji F nilai  $f_{\text{hitung}}$  sebesar 97,179 >  $f_{\text{tabel}}$  sebesar 2,70 dan nilai Sig. F <  $\alpha = 0,05$ . Maka dari itu dapat disimpulkan variabel *e-service quality* (X1), kemudahan penggunaan (X2) dan keamanan (X3) dan kepuasan pelanggan (Y) adalah bagus dan sudah layak.

b. Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R<sup>2</sup>)

Uji koefisien determinasi digunakan mengukur kemampuan model dengan menerangkan variabel terikat. Nilai koefisien yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas (Kuncoro, 2013).

Tabel 4.18  
Hasil Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R<sup>2</sup>)  
*Model Summary*<sup>b</sup>

Model	R	<i>R Square</i>	<i>Adjusted Square</i>	R	Std. Error of the Estimate
1	.867 <sup>a</sup>	.752	.745		3.128

a. *Predictors: (Constant), Keamanan, E-Service Quality, Kemudahan Penggunaan*

b. *Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan*

Sumber: Data Primer diolah dengan SPSS 26

Berdasarkan tabel 4.18 nilai *adjusted R square* adalah 0,745 (74,5%)

hal ini berarti variabel kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel *independen (e-service quality, kemudahan penggunaan dan keamanan)* sebesar 74,5%. Diartikan *e-service quality, kemudahan penggunaan dan keamanan* memberikan pengaruh yang kuat terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan 25,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak disertakan dalam penelitian ini.

#### 4.2.6 Uji Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda ini digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Uji regresi, selain mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen (Gudono, 2012). Pada penelitian ini uji regresi linear berganda untuk menguji adanya pengaruh variabel independen seperti *e-service quality, kemudahan penggunaan dan keamanan* terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan. Analisis regresi linear berganda dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.19  
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	<i>Unstandardized B</i>	<i>Standar Error</i>	Beta
1 ( <i>Constant</i> )	1.850	2.614	
<i>E-Service Quality</i>	.658	.170	.284
Kemudahan Penggunaan	.570	.229	.219
Keamanan	.530	0.94	.461

a. *Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan*

Sumber: Data Primer diolah dengan SPSS 26

$$Y = \alpha + b1.X1 + b2.X2 + b3.X3$$
$$= 1.850 + 0,658 X1 + 0,570 X2 + 0,530 X3$$

Hasil persamaan regresi linear berganda di atas maka dapat dianalisis sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta sebesar 1,850 menunjukkan bahwa jika variabel *e-service quality*, kemudahan penggunaan dan keamanan konstan, maka kepuasan pelanggan mengalami kenaikan sebesar 1,850.
- b. Koefisien regresi *e-service quality* (X1) sebesar 0,658. Hasil uji menunjukkan bahwa variabel *e-service quality* memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dengan koefisien regresi sebesar 0,658. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu nilai variabel *e-service quality* sementara variabel independen lainnya tetap, maka kepuasan pelanggan akan mengalami peningkatan sebesar 0,658. Sebaliknya apabila variabel *e-service quality* mengalami penurunan satu nilai sementara variabel independen lainnya tetap, maka kepuasan pelanggan mengalami penurunan sebesar 0,658.
- c. Koefisien regresi kemudahan penggunaan (X2) sebesar 0,570. Hasil uji menunjukkan bahwa variabel kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dengan koefisien regresi sebesar 0,570. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu nilai variabel kemudahan penggunaan sementara variabel independen lainnya tetap, maka kepuasan pelanggan akan mengalami peningkatan sebesar 0,570. Sebaliknya apabila variabel kemudahan penggunaan mengalami penurunan satu nilai sementara

variabel independen lainnya tetap, maka kepuasan pelanggan mengalami penurunan sebesar 0,570.

- d. Koefisien regresi keamanan (X3) sebesar 0,530. Hasil uji menunjukkan bahwa variabel keamanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dengan koefisien regresi sebesar 0,530. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu nilai variabel keamanan sementara variabel independen lainnya tetap, maka kepuasan pelanggan akan mengalami peningkatan sebesar 0,530. Sebaliknya apabila variabel keamanan mengalami penurunan satu nilai sementara variabel independen lainnya tetap, maka kepuasan pelanggan mengalami penurunan sebesar 0,530.

#### 4.2.7 Uji Hipotesis

- a. Uji T

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Apabila nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan jika signifikansi  $< 0,05$  maka H1 diterima dan H0 ditolak, sebaliknya apabila nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dan jika signifikansi  $> 0,05$ , maka H1 ditolak dan H0 diterima (Gani & Amalia, 2014).

Penelitian ini dalam mengetahui  $t_{tabel}$  menggunakan rumus:

$$df = n - k - 1$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

k = jumlah variabel independen (X)

Perhitungan  $t_{tabel}$  dalam penelitian ini:



$$\begin{aligned} df &= n-k-1 \\ &= 100-3-1 \\ &= 96 \end{aligned}$$

Maka  $t_{\text{tabel}}$  untuk  $df = 96$  adalah 1.660

Tabel 4.20  
Hasil Uji Hipotesis (Uji t)

Model	$t_{\text{tabel}}$	$t_{\text{hitung}}$	Sig.
<i>E-Service Quality</i>	1,660	3.872	.000
Kemudahan Penggunaan	1,660	2.485	.015
Keamanan	1,660	5.661	.000

Sumber: Data Primer diolah dengan SPSS 26

Berdasarkan tabel 4.20 hasil uji t di atas, maka dapat dijelaskan uji parsial sebagai berikut:

- a. Variabel *e-service quality* nilai  $t_{\text{hitung}}$  3,872 > nilai  $t_{\text{tabel}}$  sebesar 1,660 dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Maka terbukti H1 diterima dan H0 ditolak sehingga interpretasinya bahwa variabel *e-service quality* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
- b. Variabel kemudahan penggunaan nilai  $t_{\text{hitung}}$  2,485 > nilai  $t_{\text{tabel}}$  sebesar 1.660 dan nilai signifikansi  $0,015 < 0,05$ . Maka terbukti H2 diterima dan H0 ditolak sehingga interpretasinya bahwa variabel kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
- c. Variabel keamanan  $t_{\text{hitung}}$  5,661 > nilai  $t_{\text{tabel}}$  sebesar 1,660 dan nilai signifikansi  $0.000 < 0,05$ . Maka terbukti H3 diterima dan H0 ditolak sehingga interpretasinya bahwa variabel keamanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

### 4.3 Pembahasan Hasil Analisis Data

#### 4.3.1 Pengaruh *E-Service Quality* terhadap Kepuasan Pelanggan

Pada penelitian ini dalam uji regresi linear berganda dilihat variabel *e-service quality* pada *unstandardized coefficients* B bernilai 0,658 dan nilai  $t_{hitung}$  3,872 > nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,660 dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Sehingga diartikan H1 diterima dan H0 ditolak hal ini menunjukkan bahwa *e-service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Menurut Singh (2019), *e-service quality* memiliki peranan penting dalam mempertahankan kebiasaan bisnis kepada konsumen di lingkungan *e-commerce*. *E-service quality* sebagai layanan elektronik harus mampu memenuhi kebutuhan konsumen secara efisien. *E-service quality* menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Peran penting *e-service quality* adalah menciptakan kepuasan pelanggan melalui peningkatan kualitas elektronik (Lupiyoadi & Hamdani, 2008). Berkaitan dengan pelayanan elektronik yang ditawarkan oleh PT Kereta *Commuter* Indonesia dengan menerapkan *e-ticketing* yang digunakan pelanggan Kereta Rel Listrik (KRL) Yogyakarta-Palur adalah Kartu Multi Trip (KMT). Kartu Multi Trip (KMT) menjadi alat transaksi pilihan terbanyak dibandingkan jenis alat transaksi yang lain sebesar 44,49%. Oleh karena itu meningkatkan kualitas pelayanan *e-ticketing* Kartu Multi Trip (KMT) menjadi salah satu faktor penting lainnya oleh penyedia jasa Kereta Rel Listrik (KRL). Maka dari itu, perusahaan perlu menciptakan *e-service quality* yang dapat memenuhi kebutuhan atau keinginan pelanggan.

Pada penelitian ini *e-service quality* memiliki indikator yaitu *responsiveness*, akses, *fleksibilitas*, privasi dan estetika. Adapun alasan mengapa dalam penelitian ini *e-service quality* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dapat dijelaskan melalui indikator-indikator yang telah disebutkan di atas dengan merujuk grafik hasil pengumpulan data kuesioner pelanggan Kereta Rel Listrik (KRL) Yogyakarta-Palur sebagai berikut:

*Responsiveness*, 90% responden dengan rata-rata skor 4,38 menyatakan setuju sampai sangat setuju bahwa *e-ticketing* dapat membantu bertransaksi untuk pembelian tiket secara elektronik dibandingkan alat transaksi yang lainnya. Akses, 94% responden dengan rata-rata skor 4,46 menyatakan setuju sampai sangat setuju bahwa *e-ticketing* dapat memudahkan pelanggan tanpa harus mengantri di loket konvensional. *Fleksibilitas*, 86% responden dengan rata-rata skor 4,36 menyatakan setuju sampai sangat setuju bahwa *e-ticketing* mudah digunakan untuk bertransaksi tanpa harus membawa uang tunai. Privasi, 86% responden dengan rata-rata skor 4,28 menyatakan setuju sampai sangat setuju bahwa *e-ticketing* aman digunakan oleh pelanggan karena dapat menjaga privasi data pribadi. Estetika, 80% responden dengan rata-rata skor 4,11 menyatakan setuju sampai sangat setuju bahwa desain *e-ticketing* sangat menarik pelanggan.

Hasil dari penelitian ini *e-service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Juhria et al., (2021) dan Chesanti & Setyorini (2018), yang menunjukkan bahwa variabel *e-service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, dapat dinyatakan bahwa *e-service*

*quality* dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin *e-service quality* memiliki pelayanan yang efisien dan efektif maka semakin kepuasan pelanggan terpenuhi.

#### **4.3.2 Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Kepuasan Pelanggan**

Pada penelitian ini dalam uji regresi linear berganda dilihat variabel kemudahan penggunaan pada *unstandardized coefficients* B bernilai 0,570 dan nilai t hitung 2,485 > nilai t tabel sebesar 1,660 dan nilai signifikansi 0,015 < 0,05. Sehingga diartikan H1 diterima dan H0 ditolak hal ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kemudahan penggunaan adalah pola pikir seseorang yang berfikir mengenai dalam penggunaan teknologi tidak merepotkan (Hidayat et al., 2017). Salah satu kemudahan yang ditawarkan oleh PT Kereta *Commuter* Indonesia adalah menyediakan teknologi *vending machine*. Melihat fenomena masyarakat sekarang ini semakin akrab menggunakan Kartu Multi Trip (KMT). Penerapan transaksi non-tunai menggunakan Kartu Multi Trip (KMT) dan kartu uang elektronik bank sebagai tiket Kereta Rel Listrik (KRL). Penerapan *vending machine* ini diharapkan mampu memenuhi kebutuhan transaksi pengguna *Commuter* Indonesia secara efisien.

Pada penelitian ini kemudahan penggunaan memiliki beberapa indikator yaitu kemudahan mempelajari, mudah dimengerti, mudah digunakan dan menambah keterampilan. Adapun alasan mengapa dalam penelitian ini kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dapat dijelaskan melalui

indikator-indikator yang telah disebutkan di atas dengan merujuk grafik hasil pengumpulan data kuesioner pelanggan Kereta Rel Listrik (KRL) Yogyakarta-Palur sebagai berikut:

Kemudahan mempelajari, 68% responden dengan rata-rata skor 3,97 menyatakan setuju sampai sangat setuju bahwa pelanggan mudah mempelajari fasilitas *vending machine* dan beberapa fitur didalamnya. Mudah dimengerti, 77% responden dengan rata-rata skor 4,00 menyatakan setuju sampai sangat setuju bahwa pelanggan mengetahui menu fasilitas *vending machine* sangat jelas dan tidak membingungkan. Mudah digunakan, 81% responden dengan rata-rata skor 4,21 menyatakan setuju sampai sangat setuju bahwa pelanggan menggunakan *vending machine* mudah digunakan untuk top up saldo. Menambah keterampilan, 80% responden dengan rata-rata skor 4,04 menyatakan setuju sampai sangat setuju bahwa pelanggan lebih terampil dalam menggunakan *vending machine*.

Hasil dari penelitian ini kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Haqiqi et al., (2020) dan Tiara et al., (2020), menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, dapat dinyatakan bahwa kemudahan penggunaan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin persepsi terkait kemudahan penggunaan sistem maka semakin meningkat kepuasan pelanggan.

### 4.3.3 Pengaruh Keamanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Pada penelitian ini dalam uji regresi linear berganda dilihat variabel keamanan pada *unstandardized coefficients B* bernilai 0,530 dan nilai *t* hitung 5,661 > nilai *t* tabel sebesar 1,660 dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Sehingga diartikan  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak hal ini menunjukkan bahwa keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Menurut Engriani (2015), keamanan dapat di artikan bebas dari bahaya, resiko, dan keragu-raguan, memberi rasa nyaman dan membebaskan dari segala resiko atau keragu-raguan. Menurut Tahqiqi & Hidayat (2018), keamanan merupakan kondisi aman, keadaan terlindungi seseorang baik secara psikologis, finansial, fisik, emosi maupun secara spiritual yang berakibat dari suatu kegagalan, kecelakaan, kerusakan atau melalui hal yang tidak diduga.

Pada penelitian ini keamanan memiliki beberapa indikator yaitu tindak kejahatan, kekerasan, terserang penyakit dan gangguan. Adapun alasan mengapa dalam penelitian ini kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dapat dijelaskan melalui indikator-indikator yang telah disebutkan di atas dengan merujuk grafik hasil pengumpulan data kuesioner pelanggan Kereta Rel Listrik (KRL) Yogyakarta-Palur sebagai berikut:

Tindak kejahatan, 69% responden dengan rata-rata skor 4,00 menyatakan setuju sampai sangat setuju bahwa pelanggan tidak menjumpai di Kereta Rel Listrik (KRL) Yogyakarta-Palur peristiwa dorong mendorong. 76% responden dengan rata-rata 4,15 menyatakan setuju sampai sangat setuju pelanggan

menggunakan Kereta Rel Listrik (KRL) Yogyakarta-Palur keselamatan jiwa saya dari berbagai bentuk tindak kejahatan lebih terjaga.

Kekerasan, 76% responden dengan rata-rata skor 4,14 menyatakan setuju sampai sangat setuju bahwa pelanggan tidak menjumpai fenomena kekerasan di dalam Kereta Rel Listrik (KRL) Yogyakarta-Palur. 81% responden dengan rata-rata skor 4,23 menyatakan setuju sampai sangat setuju bahwa pelanggan tidak menjumpai kejadian kekerasan pukul memukul di dalam Kereta Rel Listrik (KRL) Yogyakarta-Palur.

Tersebang penyakit, 86% responden dengan rata-rata skor 4,40 menyatakan setuju sampai sangat setuju bahwa petugas Kereta Rel Listrik (KRL) Yogyakarta-Palur senantiasa mengingatkan pengguna untuk disiplin menjalankan protokol kesehatan agar tidak mudah tersebang Covid-19. 78% responden dengan rata-rata skor 4,12 menyatakan setuju sampai sangat setuju bahwa pelanggan mengetahui tingkat resiko gangguan penyakit sangat rendah karena bahan bakarnya terbuat dari non-fosil.

Gangguan, 90% responden dengan rata-rata skor 4,44 menyatakan setuju sampai sangat setuju bahwa Kereta Rel Listrik (KRL) Yogyakarta-Palur dapat meminimalisir gangguan kemacetan dan polusi udara. 77% responden dengan rata-rata skor 4,11 menyatakan setuju sampai sangat setuju bahwa pelanggan tidak menjumpai fasilitas yang dirusak oleh tangan jail.

Hasil dari penelitian ini keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Masiaga et al., (2022) dan Nia (2022), menyatakan keamanan

berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, dapat dinyatakan bahwa keamanan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa keamanan pelanggan juga menjadi alasan saat menggunakan Kereta Rel Listrik (KRL) Yogyakarta-Palur karena pelanggan merasa aman saat menggunakan. Semakin keamanan pelanggan terjamin maka semakin meningkat pula kepuasan pelanggan.



## **BAB V PENUTUP**

### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil dalam pengujian analisis data pada pembahasan di atas dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. *E-service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dalam uji regresi linear berganda dilihat pada *unstandardized coefficients B* bernilai 0,658 dan nilai  $t_{\text{hitung}} 3,872 >$  nilai  $t_{\text{tabel}}$  sebesar 1,660 dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Sehingga diartikan H1 diterima dan H0 ditolak hal ini menunjukkan bahwa *e-service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
- b. Kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dalam uji regresi linear berganda dilihat variabel kemudahan penggunaan pada *unstandardized coefficients B* bernilai 0,570 dan nilai  $t_{\text{hitung}} 2,485 >$  nilai  $t_{\text{tabel}}$  sebesar 1,660 dan nilai signifikansi  $0,015 < 0,05$ . Sehingga diartikan H1 diterima dan H0 ditolak hal ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
- c. Keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dalam uji regresi linear berganda dilihat variabel keamanan pada *unstandardized coefficients B* bernilai 0,530 dan nilai  $t_{\text{hitung}} 5,661 >$  nilai  $t_{\text{tabel}}$  sebesar 1,660 dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Sehingga diartikan H1 diterima dan H0 ditolak hal ini menunjukkan bahwa keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

## 5.2 Saran

Berdasarkan peneliti dalam hasil pengujian ini memiliki saran sebagai berikut:

- a. Faktor yang paling dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan pada penelitian ini adalah variabel keamanan. Berdasarkan hasil analisis deskriptif jawaban responden, item pertanyaan dengan jawaban yang paling rendah pada variabel keamanan dengan rata-rata skor sebesar 4,00 adalah terkait peristiwa dorong mendorong antar pelanggan. Hasil tersebut menyebutkan bahwa banyak pelanggan menjumpai di Kereta Rel Listrik (KRL) Yogyakarta-Palur mengenai peristiwa dorong mendorong antar pelanggan. Banyak pelanggan Kereta Rel Listrik (KRL) Yogyakarta-Palur yang memperhatikan keamanan dalam penggunaan jasa. Perusahaan seharusnya memberi perhatian khusus pada keamanan pelanggan Kereta Rel Listrik (KRL) Yogyakarta-Palur. Sehingga kepuasan pelanggan Kereta Rel Listrik (KRL) Yogyakarta-Palur dapat ditingkatkan. Pelanggan cenderung puas menggunakan jasa yang memiliki keamanan jauh dari kejahatan dan kekerasan. Oleh karena itu, keamanan dalam menggunakan jasa Kereta Rel Listrik (KRL) Yogyakarta-Palur sangat penting dalam kepuasan pelanggan.
- b. Faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pada penelitian ini adalah variabel *e-service quality*. Berdasarkan hasil analisis deskriptif jawaban responden, item pertanyaan dengan jawaban yang paling rendah pada variabel *e-service quality* dengan rata-rata skor sebesar 4,11 adalah desain *e-ticketing*. Hasil tersebut menyebutkan bahwa banyak pelanggan belum tertarik dengan

desain *e-ticketing*. Maka perusahaan Kereta Rel Listrik (KRL) Yogyakarta-Palur bisa mengembangkan desain *e-ticketing* yang bisa menarik pelanggan.

- c. Faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pada penelitian ini adalah variabel kemudahan penggunaan. Berdasarkan hasil analisis deskriptif jawaban responden, item pertanyaan dengan jawaban yang paling rendah pada variabel kemudahan penggunaan dengan rata-rata skor sebesar 3,97 adalah mudah mempelajari *vending machine*. Hasil tersebut menyebutkan bahwa banyak pelanggan belum bisa mempelajari menu dan fitur *vending machine*. Maka fitur *vending machine* supaya lebih ditingkatkan dengan cara menyajikan fitur-fitur yang mudah dipelajari oleh pelanggan.
- d. Berdasarkan hasil dari koefisien determinasi diketahui pengaruh variabel *e-service quality*, kemudahan penggunaan dan keamanan untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah 74,5%, untuk peneliti selanjutnya disarankan menambah variabel lain yang belum tercantum pada penelitian ini masih ada 25,5% yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Selain itu, disarankan untuk menggunakan sampel penelitian yang lebih spesifik terkait pelanggan Kereta Rel Listrik (KRL) Yogyakarta-Palur, karena sampel tidak hanya diukur dari kriteria usia minimal 15 tahun dan pernah menggunakan Kereta Rel Listrik (KRL) Yogyakarta-Palur minimal 3 kali.

## DAFTAR PUSTAKA

- Akhmadi, M. D. D., & Martini, E. (2020). Pengaruh E-Service Quality terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Aplikasi OVO. *Jurnal Mitra Manajemen*, 4(5), 708–720.
- Badan Pusat Statistik. (2020). *Jumlah Kendaraan Bermotor Menurut Kabupaten/Kota dan Jenis Kendaraan di Provinsi Jawa Tengah (Unit)*.
- Chairunnisa Chesanti, P., & Setyorini, R. (2018). Pengaruh E-Service Quality terhadap Kepuasan Pelanggan sebagai Pengguna Aplikasi PLN Mobile. *Jurnal Penelitian Pendidikan*, 1(1), 10–17.
- Chulaifi, M. I. , & Setyowati, E. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Travel Umrah dan Haji pada PT. Sebariz Warna Berkah di Surabaya. *Jurnal Hasil Penelitian LPPM Untag Surabaya*, 3(1), 40–54.
- Chusnah, & Indriana, K. T. (2020). Pengaruh Kemudahan dan Keamanan terhadap Kepuasan Konsumen Fintech (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Dana). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 111–122.
- Dinas Perhubungan Kabupaten/Kota. (2020). *Jumlah Angkutan Umum yang Lulus Uji KIR di DIY*.
- Dwiatmoko, H. (2018). *Peran Transportasi Perkeretaapian dalam Pembangunan Nasional melalui Analisis Input-Output* (1st ed.). Rawamangun: Kencana.
- Emmywati. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan yang terdiri dari Kenyamanan, Keamanan, Kemudahan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen pada Galeri Seni dan Pusat Meditation Ponorogo Jawa Timur. *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen*, 1(3), 184–191.
- Engriani, Y. (2015). Meningkatkan Kunjungan Wisata dengan Sosialisasi Sapta Pesona Wisata di Daerah Tujuan Wisata. *Jurnal Praktik Bisnis*, 4(2).
- Fany Ardi, F., Mariam, I., & Made, N. W. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Pada Fasilitas dan Petugas Commuter Line Ticket Vending Machine (C-

- Vim) terhadap Kepuasan Konsumen PT KAI Commuter Jabodetabek di Stasiun Pondok Cina. *Jurnal Epigram*, 13(2), 95–102.
- Faqih Afghani, M., & Yulianti, E. (2016). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Persepsi Risiko, serta Kesadaran Nasabah terhadap Adopsi E-banking di Bank BRI Surabaya. *Journal of Business and Banking*, 6(1), 113–128. <https://doi.org/10.14414/jbb.v6i1>
- Fatimah, S. (2019). *Pengantar Transportasi*. Ponorogo: Myria Publisher.
- Ferinia, R., Tanjung, R., Purba, B., Lestari, N., Mastuti, R., Utamin, N. R., Murdana, I. M., Suwandi, A., Mistriani, N., Fitriyani, E., Prasetio, A., Muktiarni, Nasrullah, & Dewi, I. K. (2021). *Perilaku Konsumen Kepariwisataaan*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Firdaus, M. F., & Himawati, D. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Kualitas Layanan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Kepuasan Konsumen E-Commerce Shopee di Kota Depok. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 27(2), 216–230. <https://doi.org/10.35760/eb.2022.v27i2.5259>
- Gani, I., & Amalia, S. (2014). *Alat Analisis Data; Aplikasi Statistik untuk Penelitian Bidang Ekonomi dan Sosial*. Yogyakarta: CV Andi.
- Ginting, D. B., & Nugraha, A. (2019). Analisis Pengaruh Citra Merek, Promosi, Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Kualitas Sistem, dan Kualitas Informasi terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Sakuku BCA. *Jurnal Media Informatika*, 8(1).
- Gudono. (2012). *Analisis Data Multivariat*. Yogyakarta: BPFE.
- Haqiqi, N., Lasiyono, U., & Prabowo, T. A. (2020). Pengaruh Kemudahan, Manfaat dan Persepsi Risiko terhadap Kepuasan Belanja Online dalam Menggunakan E-Commerce Shopee di Kelurahan Tanjungsari, Kecamatan Taman Sidoarjo. *Journal of Sustainability Business Research*, 1(1), 317–328.
- Hartono, J. M. (2008). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.

- Hermaniawati, N., & Listyani, R. H. (2015). Motif Pemanfaatan Layanan Elektronik Tiket (E-ticketing) oleh Pengguna Kereta Api di Surabaya. *Jurnal Paradigma*, 3(3), 1–7. [www.kereta-api.co.id](http://www.kereta-api.co.id).
- Ibnu Cahyo Ramadhan, & Tia Chisca Anggraeni. (2022). Pengaruh Promosi, Keamanan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Shopee. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(1), 1–11.
- Ismail Hidayat, Arifin, R., & Agus Priyono, A. (2017). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Harga dan Kualitas Informasi Penggunaan E-Commece terhadap Keputusan Pembelian Secara Online pada Situs Bukalapak.Com (Studi pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Unisma Angkatan 2013). *Riset Manajemen*, 06, 64–77. [www.fe.unisma.ac.id](http://www.fe.unisma.ac.id)
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Juhria, A., Meinitasari, N., Iqbal Fauzi, F., & Yusuf, A. (2021). Pengaruh E-service Quality terhadap Kepuasan Pelanggan di Aplikasi E-Commerce Shopee. *Jurnal Manajemen*, 13(1). <https://kominfo.go.id>,
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Marketing Management* (Jenni Purba, Ed.; Kedua Belas Jilid 1). Boston: Pearson Education.
- Kuncoro, M. (2013). *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, R., & Hamdani, A. (2008). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat.
- Masiaga, N. R., Worang, F. G., & Mandagie, Y. (2022). Pengaruh Keamanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan di Kota Manado yang Berbelanja secara Online di Lazada.Com. *Jurnal Emba*, 10(2), 900–910.
- Meileny, F., & Wijaksana, T. I. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan dan Kepercayaan terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Linkaja di Indonesia. *Jurnal Ecodemica*, 4, 200–210.
- Muflihadi, I., & Rubiyanti, R. N. (2016). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, dan Trust terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Gojek Bandung). *E-Proceeding of Management*, 2026–2033.
- Nia, F. (2022). The Effect of Service Quality and Security Facilities on Service User Satisfaction at UPBU Rahadi Oesman Ketapang. *Jurnal*

- Multidisiplin Madani*, 2(4), 1653–1662.  
<https://journal.yp3a.org/index.php/mudima/index>
- Nurbani, R., Iriiansyah, C. A., & Nurmalasari. (2018). Kepuasan Konsumen terhadap Kualitas Pelayanan E-Ticketing Kereta Rel Listrik pada Stasiun Senen Jakarta. *Jurnal Inti Nusa Mandiri*, 13(1), 45–50. [www.krl.co.id](http://www.krl.co.id)
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Malhotra, A. (2005). E-S-Qual a Multiple-item Scale For Assessing Electronic Service Quality. *Journal of Service Research*, 7(3), 213–233. <https://doi.org/10.1177/1094670504271156>
- Prakoso, G., & Sugiharti, E. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Pengguna E-Commerce Di Wilayah Jakarta Pusat). *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*, 1–16.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- PT Kereta Commuter Indonesia. (2017). *Kartu Multi Trip (KMT)*. KAI Commuter.
- PT Kereta Commuter Indonesia. (2021, October). *Hadirkan Inovasi Layanan, Transaksi Tiket di Enam Stasiun KRL Yogyakarta-Solo Seluruhnya Akan Dilayani Melalui Vending Machine*. KAI Commuter.
- PT Kereta Commuter Indonesia. (2022a). *Sekilas PT Kereta Commuter Indonesia*. KAI Commuter.
- PT Kereta Commuter Indonesia. (2022b, September). *Tren Kenaikan Volume Pengguna Commuterline Sebesar 3% Dalam Satu Minggu Terakhir*.
- Putri, S. F. A., & Marlina, N. (2021). Pengaruh E-Service Quality dan E-Trust terhadap Kepuasan Konsumen. *Forum Ekonomi*, 23(3), 463–474. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/FORUMEKONOMI>
- Qurratu'aini Salsabila, K., & Sari, D. (2022). Pengaruh E-Service Quality terhadap Kepuasan Pelanggan pada Layanan ShopeeFood. *Jurnal Manajemen*, 5(2), 265–272. <https://doi.org/10.2568/yum.v5i2.1626>
- Rahmalia, P., & Chan Syafruddin. (2019). Pengaruh Service Quality Dan E-Service Quality Terhadap Customer Satisfaction Yang Dimediasi Oleh

- Perceived Value Pada Pelanggan PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Di Kota Banda Aceh. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi*, 1(1), 66–75.
- Rahmalia, P., & Syafruddin. (2019). Pengaruh Service Quality dan E-Service Quality terhadap Customer Satisfaction yang Dimediasi oleh Perceived Value pada Pelanggan PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) di Kota Banda Aceh. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi*, 10(1), 66–76.
- Ramanda Fichan, M., & Tiara Narundana, V. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Keamanan, terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Ojek Online di Bandar Lampung. *Jurnal Sinomika*, 1(3). <https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i3.328>
- Ray, R. I. W. (2018). Perencanaan Manajemen Strategis dan Kepuasan Kerja terhadap Kinerja Pegawai (Studi Kasus pada KRL Commuter Line Bogor-Jakarta). *Business Management Journal*, 14(2), 75–153. <http://journal.ubm.ac.id/>
- Rizan, M., Haro, A., & Rahmadhina, B. (2019). Pengaruh Perceived Ease Of Use dan Service Quality terhadap Customer Satisfaction dengan Trust sebagai Intervening (Studi Kasus pada Pengguna Grab di Wilayah Jakarta). *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 10(2), 2301–8313. <https://doi.org/10.21009/JRMSI>
- Rizan, M., Yulianti, D., & Rahmi. (2015). The Influence Of Price And Service Quality Of Brand Image And Its Impact On Customer Satisfaction Gojek (Students Study On A State University Of Jakarta). *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 6(2). <http://duniaindustri.com>
- Rohaeni, H., & Marwa, N. (2018). Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ecodemica*, 2(2), 312–318.
- Santoso, A., & Aprianingsih, A. (2017). The Influence Of Perceived Service And E-Service Quality To Repurchase Intention The Mediating Role Of Customer Satisfaction Case Study: Go-Ride In Java. *Journal Of Business And Management*, 6(1), 32–43.



- Singh, S. (2019). Measuring E-Service Quality and Customer Satisfaction with Internet Banking in India. *Theoretical Economics Letters*, 09(02), 308–326. <https://doi.org/10.4236/tel.2019.92023>
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV. Bandung: Alfabeta.
- Sun, H., & Zhang, P. (2006). Causal Relationships between Perceived Enjoyment and Perceived Ease of Use: An Alternative Approach. *Journal of the Association for Information Systems*, 7(9), 618–645. <https://doi.org/10.17705/1jais.00100>
- Swarjana, I. K. (2022). *Populasi Sampel, Teknik Sampling & Bias dalam Penelitian* (Erang Risanto, Ed.). Yogyakarta: Andi (Anggota IKAPI).
- Syafina, L., & Harahap, N. (2019). *Metode Penelitian Akuntansi Pendekatan Kuantitatif*. Febi UIN\_SU Press.
- Tahqiqi, F. M., & Hidayat, R. (2018). Pengaruh Kenyamanan dan Keamanan terhadap Motivasi Berkunjung ke Hotel Antik (Studi pada Konsumen Hotel Antikdi Bandung Tahun 2018). *E-Proceeding of Applied Science*, 4(2).
- Tiara, M., Rufaidah, E., & Rizal, Y. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Pengalaman Pelanggan, dan Kemudahan Penggunaan terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa J&T (Studi Kasus Mahasiswa IPS FKIP Unila Angakatan Tahun 2016)*. 8(1).
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2011). *Service, Quality & Satisfaction* (Edisi 3). Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Wardoyo, & Andini, I. (2017). Faktor-Faktor yang Berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian secara Online pada Mahasiswa Universitas Gunadarma. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*, 19(1), 12–26.
- Wulandari, A. E. (2022, June). *Belum Ada Kamera CCTV di KRL Solo-Jogja, Bagaimana Jika Ada Pelecehan?* Solopos.Com.
- Wulansari, N., & Pratiwi Wulandari, D. (2021). Pengaruh E-service Quality terhadap Kepuasan Tamu Menginap di Oyorooms Kota Bukit Tinggi. *Jurnal Ensiklopedia*, 3(2), 229–238. <http://jurnal.ensiklopediaku.org>

Yuliani, N., & Novita, D. (2018). Kualitas Pelayanan “Vending Machine” dengan Metode Importance dan Performance Analysis pada PT KAI Commuterline Jabodetabek. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Perbankan*, 29–37.

# LAMPIRAN

## Lampiran 1

## Jadwal Penelitian

No	Bulan Kegiatan	September				Oktober				November				Desember			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Penyusunan Proposal	x	x	x	x	x	x										
2	Konsultasi	x	x	x	x	x	x				x	x	x	x	x	x	x
3	Revisi Proposal								x	x							
4	Pengumpulan Data															x	x
5	Analisis Data																
6	Penulisan Akhir Naskah Skripsi																
7	Pendaftaran Munaqosah																
8	Munaqosah																
9	Revisi Skripsi																

No	Bulan Kegiatan	Januari				Februari				Maret				April			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Penyusunan Proposal																
2	Konsultasi	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x				
3	Revisi Proposal																
4	Pengumpulan Data	x															
5	Analisis Data		x	x	x	x											
6	Penulisan Akhir Naskah Skripsi						x	x	x	x							
7	Pendaftaran Munaqosah											x					
8	Munaqosah														x		
9	Revisi Skripsi															x	x

Lampiran 2

Kuesioner Penelitian

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*, KEMUDAHAN PENGGUNAAN  
*VENDING MACHINE* DAN KEAMANAN TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN KERETA REL LISTRIK (KRL)  
YOGYAKARTA-PALUR**

---

*Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Perkenalkan nama saya Ayu Yuni Nur Hidayah, Mahasiswi Jurusan Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta yang saat ini sedang melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *E-Service Quality*, Kemudahan Penggunaan *Vending Machine* dan Keamanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kereta Rel Listrik (KRL) Yogyakarta-Palur”**. Segala informasi yang diberikan dalam kuesioner ini hanya untuk kepentingan penelitian semata dan akan dijaga kerahasiaannya. Oleh karena itu, saya memohon kesediaan bapak/ibu/saudara/i untuk dapat meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini dengan tepat dan teliti. Atas perhatian dan partisipasinya, saya ucapkan terima kasih.

*Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Hormat saya,

Ayu Yuni Nur Hidayah

## KUESIONER PENELITIAN

### A. Informasi Umum

**Judul Penelitian :** PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*, KEMUDAHAN PENGGUNAAN *VENDING MACHINE* DAN KEAMANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KERETA REL LISTRIK (KRL) YOGYAKARTA-PALUR

### Identitas Responden

Petunjuk :

Pilihlah salah satu jawaban pada setiap pertanyaan berikut ini:

1. Nama: *(boleh tidak diisi)*
2. Jenis Kelamin:
  - a. Laki-laki
  - b. Perempuan
3. Usia:
  - c. 15-20 tahun
  - d. 21-30 tahun
  - e. 31-50 tahun
4. Asal Kota:
5. Menggunakan Kereta Rel Listrik (KRL) Yogyakarta-Palur sebanyak 3 kali
  - a. Ya
  - b. Tidak

## B. Petunjuk Pengisian Kuisioner

1. Jawablah pernyataan di bawah ini dengan jujur dan benar.
2. Bacalah terlebih dahulu dengan cermat sebelum anda menjawabnya.
3. Pilihlah salah satu jawaban yang tersedia dan yang anda anggap paling benar.

## C. Keterangan kuesioner :

5 = Sangat Setuju (SS)

4 = Setuju (S)

3 = Netral (N)

2 = Tidak Setuju (TS)

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

## D. Daftar Pernyataan

### 1. Variabel X1 (*E-Service Quality*)

No	Pernyataan	SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)
1	<i>E-ticketing</i> dapat membantu bertransaksi untuk pembelian tiket secara elektronik dibandingkan alat transaksi yang lainnya					
2	<i>E-ticketing</i> dapat memudahkan pelanggan tanpa harus mengantri di loket konvensional					
3	<i>E-ticketing</i> mudah digunakan untuk bertransaksi tanpa harus membawa uang tunai					
4	<i>E-ticketing</i> aman digunakan oleh pelanggan karena dapat menjaga privasi data pribadi					
5	Desain <i>E-ticketing</i> sangat menarik pelanggan					

### 2. Variabel X2 (Kemudahan Penggunaan)

No	Pernyataan	SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)
1	Pelanggan dapat mudah mempelajari fasilitas <i>vending machine</i> dan beberapa fitur didalamnya					

2	Menu yang terdapat dalam fasilitas <i>vending machine</i> sangat jelas dan tidak membingungkan					
3	Fasilitas <i>vending machine</i> mudah digunakan oleh pelanggan dalam top up saldo					
4	Kemudahan pengoperasian membuat pelanggan lebih terampil dalam menggunakan fasilitas <i>vending machine</i>					

### 3. Variabel X3 (Keamanan)

No	Pernyataan	SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)
1	Saya tidak menjumpai Kereta Rel Listrik (KRL) Yogyakarta-Palur di dalamnya mengenai peristiwa dorong mendorong antar pelanggan					
2	Fenomena kekerasan seksual tidak saya jumpai di dalam Kereta Rel Listrik (KRL) Yogyakarta-Palur					
3	Keselamatan jiwa saya dari berbagai bentuk tindak kejahatan lebih terjaga ketika menggunakan KRL Yogyakarta-Palur					
4	Saya tidak menjumpai Kereta Rel Listrik (KRL) Yogyakarta-Palur di dalamnya kejadian kekerasan seperti pukul memukul					
5	Petugas Kereta Rel Listrik (KRL) Yogyakarta-Palur senantiasa mengingatkan pengguna untuk disiplin menjalankan protokol kesehatan agar tidak mudah terserang Covid-19					
6	Kereta Rel Listrik (KRL) Yogyakarta-Palur dapat meminimalisir gangguan kemacetan dan polusi udara					
7	Tingkat resiko terhadap gangguan penyakit dalam menggunakan Kereta Rel Listrik (KRL) Yogyakarta-Palur sangat rendah karena bahan bakarnya terbuat dari non-fosil					
8	Saya tidak menjumpai fasilitas Kereta Rel Listrik (KRL) Yogyakarta-Palur yang dirusak oleh tangan jail pelanggan					



#### 4. Variabel Y (Kepuasan Pelanggan)

No	Pernyataan	SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)
1	Saya merasa puas menggunakan Kereta Rel Listrik (KRL) Yogyakarta-Palur karena harga tiketnya terjangkau					
2	Saya merasa puas karena semua pelanggan Kereta Rel Listrik (KRL) Yogyakarta-Palur diperlakukan sama dengan harga ditetapkan					
3	Saya merasa puas dengan ketepatan waktu keberangkatan dan kedatangan Kereta Rel Listrik (KRL) Yogyakarta-Palur					
4	Saya merasa puas dengan jumlah gerbong dan kursi yang di sediakan Kereta Rel Listrik (KRL) Yogyakarta-Palur					
5	Saya merasa puas dengan pelayanan <i>e-ticketing</i> karena tidak memiliki masa kadaluwarsa dan dapat dipindah tangankan					
6	Saya merasa puas karena pelayanan <i>e-ticketing</i> dapat memudahkan pelanggan tanpa harus mengantri di loket konvensional					
7	Saya merasa puas dengan keamanan dalam menggunakan Kereta Rel Listrik (KRL) Yogyakarta-Palur					
8	Saya merasa puas dalam menggunakan Kereta Rel Listrik (KRL) Yogyakarta-Palur karena tingkat polusi udara rendah					
9	Saya merasa puas dengan kemudahan fasilitas <i>vending machine</i> dalam top up saldo					
10	Saya merasa puas dengan fitur <i>vending machine</i> yang mudah dimengerti					

## Lampiran 3

## Data Karakteristik Responden

No	Jenis Kelamin	Usia	Asal Kota
1	Perempuan	21-30 tahun	Karanganyar
2	Perempuan	21-30 tahun	Karanganyar
3	Perempuan	15-20 tahun	Klaten
4	Laki-Laki	15-20 tahun	Klaten
5	Perempuan	15-20 tahun	Bantul
6	Perempuan	15-20 tahun	Bantul
7	Perempuan	15-20 tahun	Kulonprogo
8	Perempuan	15-20 tahun	Kulonprogo
9	Perempuan	15-20 tahun	Yogyakarta
10	Perempuan	15-20 tahun	Yogyakarta
11	Perempuan	15-20 tahun	Yogyakarta
12	Laki-Laki	31-50 tahun	Sleman
13	Perempuan	31-50 tahun	Sleman
14	Perempuan	15-20 tahun	Surakarta
15	Perempuan	21-30 tahun	Sukoharjo
16	Perempuan	15-20 tahun	Sukoharjo
17	Laki-Laki	21-30 tahun	Surakarta
18	Perempuan	21-30 tahun	Sleman
19	Perempuan	21-30 tahun	Sragen
20	Laki-Laki	21-30 tahun	Sleman
21	Laki-Laki	15-20 tahun	Solo
22	Perempuan	15-20 tahun	Solo
23	Perempuan	21-30 tahun	Klaten
24	Perempuan	31-50 tahun	Klaten
25	Laki-Laki	21-30 tahun	Sleman
26	Laki-Laki	31-50 tahun	Sleman
27	Perempuan	15-20 tahun	Sukoharjo
28	Laki-Laki	31-50 tahun	Sukoharjo
29	Perempuan	15-20 tahun	Kulonprogo
30	Laki-Laki	21-30 tahun	Surakarta
31	Laki-Laki	21-30 tahun	Surakarta
32	Perempuan	15-20 tahun	Sukoharjo
33	Perempuan	15-20 tahun	Sukoharjo
34	Laki-Laki	31-50 tahun	Solo
35	Perempuan	21-30 tahun	Solo

36	Perempuan	21-30 tahun	Klaten
37	Laki-Laki	21-30 tahun	Solo
38	Perempuan	15-20 tahun	Boyolali
39	Perempuan	21-30 tahun	Sukoharjo
40	Perempuan	21-30 tahun	Klaten
41	Laki-Laki	21-30 tahun	Solo
42	Perempuan	15-20 tahun	Klaten
43	Perempuan	31-50 tahun	Klaten
44	Perempuan	15-20 tahun	Yogyakarta
45	Perempuan	21-30 tahun	Boyolali
46	Perempuan	15-20 tahun	Boyolali
47	Perempuan	15-20 tahun	Klaten
48	Laki-Laki	21-30 tahun	Klaten
49	Laki-Laki	21-30 tahun	Yogyakarta
50	Perempuan	15-20 tahun	Yogyakarta
51	Perempuan	21-30 tahun	Sragen
52	Perempuan	15-20 tahun	Sragen
53	Perempuan	21-30 tahun	Klaten
54	Perempuan	21-30 tahun	Karanganyar
55	Perempuan	21-30 tahun	Sragen
56	Perempuan	21-30 tahun	Boyolali
57	Perempuan	21-30 tahun	Klaten
58	Perempuan	31-50 tahun	Klaten
59	Laki-Laki	15-20 tahun	Sukoharjo
60	Perempuan	21-30 tahun	Karanganyar
61	Perempuan	21-30 tahun	Karanganyar
62	Perempuan	31-50 tahun	Sleman
63	Laki-Laki	31-50 tahun	Yogyakarta
64	Laki-Laki	31-50 tahun	Surakarta
65	Perempuan	21-30 tahun	Klaten
66	Perempuan	31-50 tahun	Sukoharjo
67	Laki-Laki	21-30 tahun	Kulonprogo
68	Laki-Laki	31-50 tahun	Yogyakarta
69	Perempuan	15-20 tahun	Klaten
70	Perempuan	15-20 tahun	Klaten
71	Laki-Laki	31-50 tahun	Sukoharjo
72	Perempuan	31-50 tahun	Sukoharjo
73	Perempuan	21-30 tahun	Yogyakarta
74	Perempuan	21-30 tahun	Yogyakarta

75	Perempuan	21-30 tahun	Yogyakarta
76	Perempuan	21-30 tahun	Solo
77	Laki-Laki	31-50 tahun	Surakarta
78	Laki-Laki	31-50 tahun	Sukoharjo
79	Perempuan	21-30 tahun	Sleman
80	Perempuan	31-50 tahun	Yogyakarta
81	Perempuan	21-30 tahun	Surakarta
82	Laki-Laki	21-30 tahun	Solo
83	Laki-Laki	31-50 tahun	Karanganyar
84	Laki-Laki	31-50 tahun	Klaten
85	Laki-Laki	31-50 tahun	Sleman
86	Laki-Laki	21-30 tahun	Sleman
87	Perempuan	15-20 tahun	Sukoharjo
88	Perempuan	21-30 tahun	Karanganyar
89	Laki-Laki	21-30 tahun	Klaten
90	Perempuan	21-30 tahun	Karanganyar
91	Perempuan	21-30 tahun	Klaten
92	Perempuan	21-30 tahun	Surakarta
93	Perempuan	15-20 tahun	Klaten
94	Laki-Laki	15-20 tahun	Sragen
95	Perempuan	21-30 tahun	Karanganyar
96	Perempuan	21-30 tahun	Solo
97	Perempuan	21-30 tahun	Klaten
98	Perempuan	21-30 tahun	Solo
99	Perempuan	21-30 tahun	Karanganyar
100	Laki-Laki	31-50 tahun	Solo

## Lampiran 4

## Tabulasi Data Penelitian

Tabulasi data Kuesioner Variabel E-Service Quality (X1)

No	E-Service Quality (X1)					T.X1
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	
1	5	5	4	4	4	22
2	4	5	4	4	4	21
3	4	4	5	4	4	21
4	4	4	5	5	5	23
5	4	5	5	4	4	22
6	5	5	5	5	5	25
7	4	4	4	4	4	20
8	4	5	4	5	5	23
9	4	5	5	4	4	22
10	4	4	4	5	5	22
11	3	4	4	3	3	17
12	5	5	4	5	4	23
13	4	5	4	4	4	21
14	4	3	3	3	4	17
15	5	5	5	5	5	25
16	5	5	5	5	3	23
17	5	5	5	5	5	25
18	5	5	5	5	5	25
19	5	4	5	4	4	22
20	5	5	4	4	4	22
21	3	5	3	3	5	19
22	5	4	5	5	5	24
23	4	3	3	4	3	17
24	4	4	5	4	4	21
25	5	4	5	4	5	23
26	3	3	3	3	4	16
27	4	4	4	5	4	21
28	4	4	4	4	4	20
29	5	5	5	5	5	25
30	5	5	4	4	3	21
31	3	4	4	3	3	17
32	3	4	4	4	3	18
33	4	5	5	4	4	22
34	5	5	3	4	3	20
35	5	5	5	3	4	22

36	5	4	4	5	4	22
37	5	4	4	5	4	22
38	4	4	3	3	3	17
39	5	5	5	5	5	25
40	4	4	4	3	3	18
41	4	4	4	4	4	20
42	5	5	4	5	4	23
43	4	4	4	4	4	20
44	4	4	3	4	4	19
45	5	5	5	5	5	25
46	4	4	4	4	4	20
47	4	5	5	5	5	24
48	3	4	3	4	4	18
49	4	5	5	5	4	23
50	5	5	5	5	4	24
51	4	5	5	4	4	22
52	4	5	5	5	3	22
53	5	4	4	5	4	22
54	5	5	5	5	5	25
55	4	4	4	4	4	20
56	4	4	4	4	4	20
57	4	4	4	4	4	20
58	3	3	3	3	2	14
59	3	4	4	4	3	18
60	5	5	5	5	5	25
61	4	4	4	4	3	19
62	5	4	5	5	5	24
63	5	5	5	5	4	24
64	5	4	5	5	5	24
65	5	4	4	5	4	22
66	5	5	5	5	5	25
67	5	5	4	4	5	23
68	5	5	5	5	4	24
69	5	4	5	5	5	24
70	5	5	5	4	5	24
71	5	5	5	5	4	24
72	5	5	4	4	4	22
73	5	5	5	5	4	24
74	5	5	4	4	4	22
75	4	5	5	5	4	23
76	5	4	5	4	5	23

77	4	5	5	5	4	23
78	5	5	5	5	5	25
79	5	5	5	5	4	24
80	5	5	5	5	5	25
81	5	5	5	5	5	25
82	4	5	4	4	3	20
83	4	4	4	4	5	21
84	5	5	5	5	5	25
85	5	4	5	4	5	23
86	5	5	5	5	5	25
87	4	4	3	3	4	18
88	4	5	3	4	4	20
89	4	4	5	4	3	20
90	5	5	5	5	4	24
91	5	5	5	5	5	25
92	3	3	3	3	3	15
93	5	4	5	3	4	21
94	4	4	3	4	3	18
95	4	5	3	3	3	18
96	4	4	4	4	4	20
97	3	4	4	4	3	18
98	4	5	4	4	4	21
99	4	4	5	4	5	22
100	4	3	5	2	3	17

Tabulasi data Kuesioner Variabel Kemudahan Penggunaan (X2)

No	Kemudahan Penggunaan (X2)				T.X2
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	
1	4	4	5	5	18
2	4	4	4	4	16
3	4	4	4	4	16
4	4	4	5	3	16
5	4	4	4	4	16
6	4	5	5	5	19
7	4	4	4	4	16
8	4	5	4	5	18
9	5	4	5	4	18
10	4	4	4	4	16
11	3	3	3	3	12
12	3	3	4	5	15
13	4	4	4	4	16

14	4	3	3	3	13
15	5	5	5	5	20
16	4	4	4	5	17
17	5	5	5	5	20
18	5	5	5	5	20
19	4	4	4	4	16
20	5	5	5	4	19
21	3	5	5	3	16
22	3	5	5	5	18
23	3	4	3	4	14
24	4	4	4	4	16
25	3	3	3	3	12
26	3	3	3	3	12
27	3	4	4	4	15
28	4	4	4	4	16
29	5	5	5	5	20
30	4	3	4	4	15
31	4	3	4	3	14
32	4	4	4	4	16
33	3	3	4	4	14
34	3	4	3	3	13
35	5	4	5	5	19
36	4	4	4	4	16
37	3	3	3	3	12
38	3	3	3	4	13
39	3	3	3	3	12
40	3	4	4	4	15
41	3	4	3	4	14
42	3	4	4	3	14
43	3	4	4	3	14
44	3	3	3	3	12
45	5	5	5	5	20
46	4	4	4	4	16
47	3	4	5	3	15
48	3	4	4	4	15
49	4	5	4	4	17
50	5	5	5	5	20
51	3	3	4	4	14
52	4	5	5	5	19
53	5	4	5	4	18
54	5	5	5	5	20



55	4	4	4	4	16
56	4	3	3	3	13
57	4	4	3	3	14
58	3	3	3	3	12
59	4	4	4	4	16
60	5	4	4	4	17
61	4	4	4	4	16
62	5	5	4	5	19
63	5	4	5	4	18
64	5	5	5	5	20
65	5	4	5	4	18
66	5	4	5	4	18
67	4	4	5	4	17
68	5	5	5	5	20
69	5	3	3	4	15
70	4	5	5	4	18
71	5	3	5	4	17
72	4	4	4	4	16
73	5	4	5	4	18
74	4	5	5	5	19
75	5	4	4	4	17
76	4	4	5	4	17
77	5	4	5	4	18
78	5	5	5	5	20
79	5	4	4	4	17
80	5	5	5	4	19
81	5	4	5	4	18
82	4	4	5	4	17
83	4	4	4	4	16
84	5	5	5	5	20
85	4	4	5	4	17
86	5	5	5	5	20
87	4	4	4	4	16
88	4	3	4	3	14
89	3	3	4	4	14
90	3	4	4	4	15
91	4	4	5	5	18
92	3	3	3	3	12
93	3	4	5	4	16
94	3	4	4	4	15
95	3	3	3	4	13

96	3	4	3	4	14
97	3	3	3	3	12
98	4	4	4	4	16
99	3	4	5	5	17
100	3	3	4	4	14

Tabulasi data Kuesioner Variabel Keamanan (X3)

No	Keamanan (X3)								T.X3
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	
1	4	4	4	4	4	4	4	4	32
2	4	4	4	4	4	4	4	3	31
3	4	4	3	4	5	4	3	3	30
4	5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	4	4	4	4	4	5	4	4	33
6	5	5	5	5	5	5	5	5	40
7	4	4	4	4	4	4	4	4	32
8	5	5	5	5	5	5	3	5	38
9	3	5	5	5	4	5	4	4	35
10	5	5	5	5	5	5	5	5	40
11	4	4	3	4	3	4	4	3	29
12	3	5	5	5	5	4	4	4	35
13	5	5	5	5	5	5	4	5	39
14	2	3	3	2	4	4	4	1	23
15	5	5	5	5	5	5	5	5	40
16	5	5	4	5	5	5	5	5	39
17	5	5	5	5	5	5	5	5	40
18	5	5	5	5	5	5	5	5	40
19	4	4	5	5	4	5	4	5	36
20	5	5	5	5	5	5	4	3	37
21	3	5	5	5	5	5	5	5	38
22	5	5	5	5	5	5	5	5	40
23	3	4	3	3	4	3	3	3	26
24	4	4	4	4	4	4	4	4	32
25	3	3	3	3	3	3	3	3	24
26	3	3	3	3	3	3	3	3	24
27	3	5	3	4	3	5	3	3	29
28	3	4	3	4	4	4	4	4	30
29	5	5	5	5	5	5	5	5	40
30	3	3	4	4	4	4	4	3	29
31	5	5	4	5	5	5	5	5	39
32	3	3	4	4	4	4	4	4	30

33	4	4	4	4	4	5	4	4	33
34	5	4	3	4	5	5	4	4	34
35	5	4	5	5	5	5	5	5	39
36	4	4	4	4	4	4	4	4	32
37	3	3	3	3	3	3	3	3	24
38	1	1	4	1	5	4	3	3	22
39	3	3	3	3	3	2	3	3	23
40	1	1	1	1	4	4	3	1	16
41	3	3	4	5	4	4	4	4	31
42	2	5	5	5	5	5	5	5	37
43	3	3	4	2	5	5	4	3	29
44	3	3	4	3	4	4	4	3	28
45	5	5	5	5	5	5	4	5	39
46	4	4	4	4	5	5	4	4	34
47	3	4	4	5	5	5	3	4	33
48	5	5	5	5	4	5	5	5	39
49	3	4	4	5	5	5	4	5	35
50	5	5	5	5	5	5	5	5	40
51	4	4	4	4	4	4	4	4	32
52	4	5	5	5	4	3	3	5	34
53	5	4	5	4	5	4	5	4	36
54	5	5	5	5	5	5	5	5	40
55	4	4	4	4	4	4	4	4	32
56	3	4	4	4	4	4	4	4	31
57	3	3	3	3	3	4	4	4	27
58	4	4	3	3	4	4	3	3	28
59	3	3	3	3	4	5	3	4	28
60	4	4	4	5	4	4	5	5	35
61	3	3	4	3	5	4	4	4	30
62	5	4	5	5	5	5	5	4	38
63	5	5	4	5	5	5	5	4	38
64	5	5	5	5	5	5	5	5	40
65	5	5	5	5	4	5	5	4	38
66	5	4	5	4	4	5	5	5	37
67	5	4	5	5	5	4	4	5	37
68	5	5	5	5	5	5	5	5	40
69	4	4	5	5	5	5	4	4	36
70	4	5	5	4	5	4	5	5	37
71	5	5	4	5	5	5	3	4	36
72	4	4	4	4	5	5	5	4	35
73	4	5	3	5	5	4	4	4	34

74	5	5	5	5	5	5	4	5	39
75	4	4	4	4	5	5	4	4	34
76	5	5	4	5	5	4	4	5	37
77	5	4	4	5	5	5	4	4	36
78	5	5	5	5	5	5	5	5	40
79	4	4	4	4	5	5	5	5	36
80	4	5	5	5	5	5	5	5	39
81	5	4	5	5	5	5	5	4	38
82	4	5	5	5	5	5	4	4	37
83	5	4	3	4	4	4	4	4	32
84	5	5	5	5	5	5	5	5	40
85	4	4	5	5	5	5	4	5	37
86	5	5	5	5	5	5	5	5	40
87	4	5	5	4	5	4	3	3	33
88	3	4	4	4	3	4	4	4	30
89	4	3	3	3	3	5	3	3	27
90	4	4	3	4	3	5	4	4	31
91	5	5	5	5	4	5	5	5	39
92	3	3	3	3	3	3	3	3	24
93	4	4	4	4	5	4	3	4	32
94	4	4	4	4	4	4	4	4	32
95	3	3	3	3	3	3	3	3	24
96	4	4	4	4	4	4	4	4	32
97	3	3	3	3	3	3	3	3	24
98	4	4	4	4	4	4	4	4	32
99	3	3	3	4	3	3	3	3	25
100	3	3	3	3	5	5	5	5	32

Tabulasi data Kuesioner Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

No	Kepuasan Pelanggan (Y)										T.Y
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	
1	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	43
2	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	42
3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	33
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	44
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
8	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	48
9	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	45
10	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	48





93	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49
94	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
95	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	31
96	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	38
97	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
98	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
99	5	4	4	3	3	4	5	5	4	4	41
100	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30

## Lampiran 5

## Hasil Distribusi Karakteristik Responden

## Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

## Jenis\_Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	31	31.0	31.0	31.0
	Perempuan	69	69.0	69.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

## Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

## Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	15-20 tahun	30	30.0	30.0	30.0
	21-30 tahun	48	48.0	48.0	78.0
	31-50 tahun	22	22.0	22.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

## Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Kota

## Asal\_Kota

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Klaten	21	21.0	21.0	21.0
	Yogyakarta	12	12.0	12.0	33.0
	Sragen	5	5.0	5.0	38.0
	Kulonprogo	4	4.0	4.0	42.0
	Sukoharjo	13	13.0	13.0	55.0
	Solo	11	11.0	11.0	66.0
	Surakarta	8	8.0	8.0	74.0
	Karanganyar	10	10.0	10.0	84.0
	Sleman	10	10.0	10.0	94.0
	Boyolali	4	4.0	4.0	98.0
	Bantul	2	2.0	2.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

## Lampiran 6

## Hasil Analisis Deskriptif Variabel

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
E-Service Quality	100	14	25	21.59	2.671
Kemudahan Penggunaan	100	12	20	16.22	2.377
Keamanan	100	16	40	33.59	5.388
Kepuasan	100	28	50	43.10	6.188
Valid N (listwise)	100				

Variabel *E-Service Quality* (X1)

Item Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
X1.1	4.38	.663	100
X1.2	4.46	.610	100
X1.3	4.36	.718	100
X1.4	4.28	.726	100
X1.5	4.11	.737	100

## Variabel Kemudahan Penggunaan (X2)

Item Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
X2.1	3.97	.784	100
X2.2	4.00	.682	100
X2.3	4.21	.743	100
X2.4	4.04	.665	100

## Variabel Keamanan (X3)

Item Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
X3.1	4.00	.953	100
X3.2	4.14	.865	100
X3.3	4.15	.845	100
X3.4	4.23	.920	100
X3.5	4.40	.725	100
X3.6	4.44	.701	100
X3.7	4.12	.742	100
X3.8	4.11	.875	100

## Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Item Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
Y.1	4.39	.709	100
Y.2	4.38	.736	100
Y.3	4.26	.760	100
Y.4	4.08	.849	100
Y.5	4.32	.790	100
Y.6	4.36	.704	100
Y.7	4.37	.734	100
Y.8	4.43	.655	100
Y.9	4.27	.709	100
Y.10	4.24	.698	100



## Lampiran 7

## Hasil Uji Validitas

Variabel *E-Service Quality* (X1)

## Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	E-Service_Quality
X1.1	Pearson Correlation	1	.537**	.598**	.694**	.262	.798**
	Sig. (2-tailed)		.002	.000	.000	.163	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	.537**	1	.502**	.471**	.341	.739**
	Sig. (2-tailed)	.002		.005	.009	.065	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	.598**	.502**	1	.649**	.378*	.813**
	Sig. (2-tailed)	.000	.005		.000	.039	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson Correlation	.694**	.471**	.649**	1	.531**	.866**
	Sig. (2-tailed)	.000	.009	.000		.003	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X1.5	Pearson Correlation	.262	.341	.378*	.531**	1	.647**
	Sig. (2-tailed)	.163	.065	.039	.003		.000
	N	30	30	30	30	30	30
E-Service_Quality	Pearson Correlation	.798**	.739**	.813**	.866**	.647**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

## Variabel Kemudahan Penggunaan (X2)

## Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Kemudahan_Penggunaan
X2.1	Pearson Correlation	1	.434*	.586**	.434*	.704**
	Sig. (2-tailed)		.016	.001	.016	.000
	N	30	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	.434*	1	.773**	1.000**	.928**
	Sig. (2-tailed)	.016		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	.586**	.773**	1	.773**	.905**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30
X2.4	Pearson Correlation	.434*	1.000**	.773**	1	.928**
	Sig. (2-tailed)	.016	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30
	Pearson Correlation	.704**	.928**	.905**	.928**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	



	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.002	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.4	Pearson Correlation	.550*	.612*	.700*	1	.582*	.611*	.553*	.354	.552*	.532*	.730*
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000		.001	.000	.002	.055	.002	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.5	Pearson Correlation	.750*	.698*	.706*	.582*	1	.647*	.773*	.628*	.628*	.670*	.845*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.6	Pearson Correlation	.779*	.958*	.694*	.611*	.647*	1	.820*	.697*	.637*	.680*	.884*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.7	Pearson Correlation	.793*	.795*	.839*	.553*	.773*	.820*	1	.722*	.812*	.803*	.937*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.002	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.8	Pearson Correlation	.609*	.739*	.541*	.354	.628*	.697*	.722*	1	.550*	.666*	.758*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002	.055	.000	.000	.000		.002	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.9	Pearson Correlation	.674*	.623*	.700*	.552*	.628*	.637*	.812*	.550*	1	.738*	.824*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.002	.000	.000	.000	.002		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.10	Pearson Correlation	.591*	.666*	.683*	.532*	.670*	.680*	.803*	.666*	.738*	1	.831*
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.002	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Kepuasan_Pelanggan	Pearson Correlation	.863*	.884*	.875*	.730*	.845*	.884*	.937*	.758*	.824*	.831*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

## Lampiran 8

### Hasil Uji Reliabilitas

#### Variabel *E-Service Quality* (X1)

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.832	5

#### Variabel Kemudahan Penggunaan (X2)

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.890	4

## Variabel Keamanan (X3)

## Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.943	8

## Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

## Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.953	10

## Lampiran 9

## Hasil Uji Asumsi Klasik

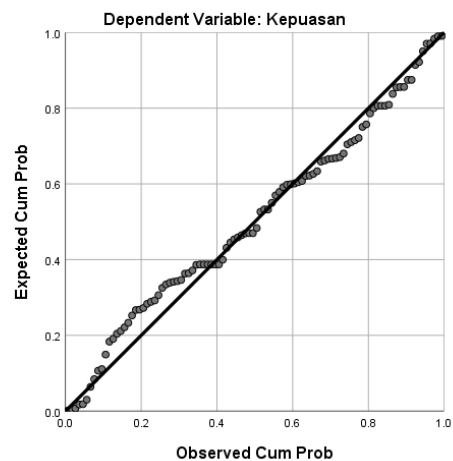
## Uji Normalitas

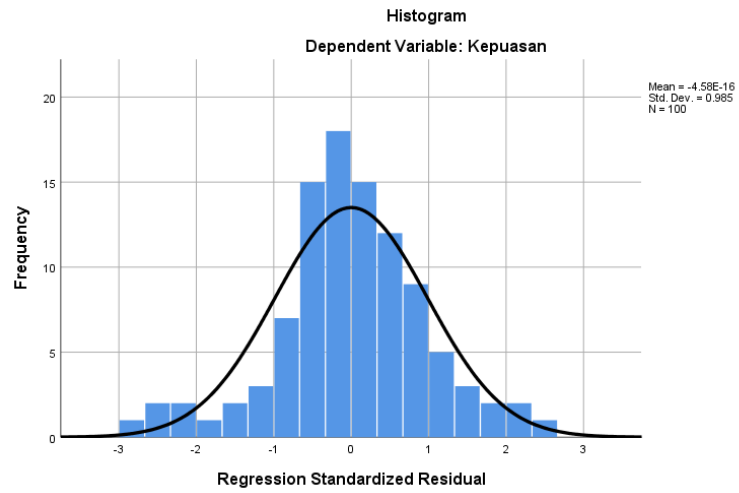
## One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.07990712
Most Extreme Differences	Absolute	.084
	Positive	.057
	Negative	-.084
Test Statistic		.084
Asymp. Sig. (2-tailed)		.080 <sup>c</sup>

- d. Test distribution is Normal.
- e. Calculated from data.
- f. Lilliefors Significance Correction.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual





### Uji Multikolinieritas

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	E-Service Quality	.479	2.087
	Kemudahan Penggunaan	.332	3.011
	Keamanan	.389	2.570

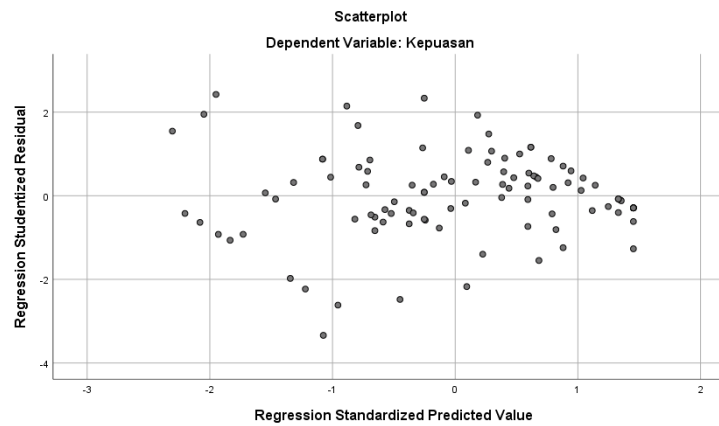
a. Dependent Variable: Kepuasan\_Pelanggan

### Uji Heteroskedastisitas

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.611	1.543		4.285	.000
	E-Service Quality	.195	.100	.255	1.938	.056
	Kemudahan Penggunaan	-.329	.135	-.383	-2.426	.057
	Keamanan	-.095	.055	-.251	-1.716	.089

a. Dependent Variable: ABRESID



## Lampiran 10

## Hasil Uji Ketepatan Model

Uji F  
ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2851.903	3	950.634	97.179	.000 <sup>b</sup>
	Residual	939.097	96	9.782		
	Total	3791.000	99			

- a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan  
 b. Predictors: (Constant), Keamanan, E-Service\_Quality, Kemudahan\_Penggunaan

Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.867 <sup>a</sup>	.752	.745	3.128

- a. Predictors: (Constant), Keamanan, E-Service\_Quality, Kemudahan\_Penggunaan  
 b. Dependent Variable: Kepuasan\_Pelanggan

## Lampiran 11

## Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.850	2.614		.708	.481
	E-Service Quality	.658	.170	.284	3.872	.000
	Kemudahan Penggunaan	.570	.229	.219	2.485	.015
	Keamanan	.530	.094	.461	5.661	.000

- a. Dependent Variable: Kepuasan\_Pelanggan

## Lampiran 12

## Hasil Uji Hipotesis

## Uji T

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.850	2.614		.708	.481
	E-Service Quality	.658	.170	.284	3.872	.000
	Kemudahan Penggunaan	.570	.229	.219	2.485	.015
	Keamanan	.530	.094	.461	5.661	.000

- a. Dependent Variable: Kepuasan\_Pelanggan

## Lampiran 13

## Daftar Riwayat Hidup

Nama : Ayu Yuni Nur Hidayah  
Tempat, tanggal lahir : Klaten, 13 Juni 2001  
Jenis kelamin : Perempuan  
Alamat : Dukuh Kedungan RT 01/RW 01, Desa Kedungan  
Kecamatan Pedan, Kabupaten Klaten  
Agama : Islam  
Kewarganegaraan : Indonesia  
No. Hp : 0899-4771-080  
E- Mail : [ayuyuninurhidayah@gmail.com](mailto:ayuyuninurhidayah@gmail.com)  
Pendidikan : 1. TK Kemala Bhayangkari 61 Pedan  
2. SD Negeri 2 Tambakboyo Pedan  
3. Madrasah Tsanawiyah Negeri Pedan  
4. Madrasah Aliyah Negeri 2 Klaten  
5. Universitas Islam Negeri Raden Mas Said  
Surakarta

## Lampiran 14

## SKRIPSI AYU YUNI NUR HIDAYAH

## ORIGINALITY REPORT

15%

SIMILARITY INDEX

16%

INTERNET SOURCES

6%

PUBLICATIONS

11%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

1	<a href="https://eprints.iain-surakarta.ac.id">eprints.iain-surakarta.ac.id</a> Internet Source	9%
2	Submitted to Universitas Diponegoro Student Paper	1%
3	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper	1%
4	Submitted to Universitas Nasional Student Paper	1%
5	Nurdin Wahid, Ratmono Ratmono. "Pengaruh E-Service Quality Dan Kemudahan Aplikasi PLN Mobile Terhadap Kepuasan Pelanggan (Pada Unit Layanan Pelanggan PLN Metro)", <i>Jurnal Manajemen DIVERSIFIKASI</i> , 2022 Publication	1%
6	Ibnu Cahyo Ramadhan, Tia Chisca Anggraeni. "PENGARUH PROMOSI, KEAMANAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SHOPEE", <i>Jurnal Ilmiah Multidisiplin</i> , 2022 Publication	1%
7	Submitted to Universitas Muria Kudus Student Paper	1%
8	Submitted to Padjadjaran University Student Paper	1%
9	<a href="https://repository.uma.ac.id">repository.uma.ac.id</a> Internet Source	1%



The image shows a Google Forms document editor interface. The browser address bar displays the URL: [docs.google.com/forms/d/1cE2YCIQSG9ki4XeT-fpN8EcDIeywuSEDMIKOMxKFSU/edit](https://docs.google.com/forms/d/1cE2YCIQSG9ki4XeT-fpN8EcDIeywuSEDMIKOMxKFSU/edit). The form title is "Formulir tanpa judul". The document content is as follows:

Bagian 1 dari 5

### PENGARUH E-SERVICE QUALITY, KEMUDAHAN PENGGUNAAN VENDING MACHINE DAN KEAMANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KERETA REL LISTRIK (KRL) YOGYAKARTA-PALUR

**B I U**

*Bismillahirrahmanirrahim  
Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Perkenalkan nama saya **Ayu Yuni Nur Hidayah** Mahasiswa Jurusan Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta yang saat ini melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh E-Service Quality, Kemudahan Penggunaan Vending Machine dan Keamanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kereta Rel Listrik (KRL) Yogyakarta-Palur".

Syarat Responden:

1. Responden laki-laki atau perempuan minimal 15 tahun.
2. Responden pernah melakukan pengguna jasa Kereta Rel Listrik (KRL) Yogyakarta-Palur minimal 3 kali.

Windows watermark: Activate Windows. Go to Settings to activate Windows.

System tray: 30°C Sebagian cerah, 14:19, 11/04/2023